



Universidade de Aveiro Departamento de Comunicação e Arte
2010

**Pedro Miguel de
Lemos e Sousa da
Bandeira Calheiros**

**Relevância de tutoriais vídeo para a formação no
âmbito dos U.G.C.**



Universidade de Aveiro Departamento de Comunicação e Arte
2010

**Pedro Miguel de
Lemos e Sousa da
Bandeira Calheiros**

**Relevância de tutoriais vídeo para a formação no
âmbito dos U.G.C.**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica do Doutor Pedro Alexandre Ferreira Santos Almeida, professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho à minha família

o júri

presidente

Prof. Doutor Luís Francisco Mendes Gabriel Pedro

Professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor José Manuel Pereira Azevedo

Professor associado da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Prof. Doutor Pedro Alexandre Ferreira Santos Almeida

Professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Jorge Trinidad Ferraz de Abreu

Professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Aos meus professores, coordenadores de projecto e orientadores, Professor Pedro Almeida e Professor Jorge Ferraz, pelo seu apoio, paciência e disponibilidade.

À minha colega Sónia Roque por ter realizado comigo o projecto VT4U.

Aos Laboratórios do Sapo por terem sido o nosso porto de apoio durante a realização do projecto e a todos os seus membros por terem sido companheiros de trabalho.

A toda a minha família e amigos que tiveram a paciência de me aturar e apoiar neste período de trabalho.

A todos os alunos que participaram nos testes do projecto VT4U.

Muito obrigado.

palavras-chave

vídeo, UGC, utilizador comum, Web 2.0., tutoriais, formação

resumo

Na era da democratização da Internet o utilizador comum tornou-se criador de conteúdos para a Internet. O *Youtube* revela a actual popularidade dos conteúdos em formato vídeo criados por amadores. O projecto VT4U foi criado para ser uma ferramenta de apoio e formação aos potenciais criadores desses conteúdos. Neste trabalho analisamos o projecto VT4U e através do seu estudo reflectimos sobre o potencial do vídeo enquanto ferramenta de formação na área do audiovisual para os utilizadores comuns da Internet.

keywords

video, UGC, common users, Web 2.0., tutorials, formation

abstract

In the age of Internet democracy the common user has become a content creator. Youtube reveals the current popularity of video based contents created by amateurs. The project VT4U was created to be a tool to support and teach potential video content creators. In this work we analyze the project VT4U e through its study we reflect upon the potential of video as a formation tool in the audiovisual area for the common Internet users.

Índice

Índice	i
Índice de Gráficos	iv
Índice de Figuras.....	vi
Índice de Tabelas	vii
1. Introdução	1
2. Definição do problema de Investigação	3
2.1. Contexto.....	3
2.2. O Problema	4
2.3. Objectivos do estudo	5
3. Enquadramento Teórico	7
3.1. O ensino/formação apoiado nas tecnologias audiovisuais	7
3.1.1. O audiovisual no apoio ao Ensino e E-Learning – da telescola à actualidade.....	9
3.2. O audiovisual na era dos UGC (User Generated Content)	14
3.2.1. O advento dos UGCs	14
3.2.2. Definição e caracterização de UGC.....	15
3.2.3. Tipologias de UGCs	17
3.2.4. Os UGCs audiovisuais.....	19
3.2.4.1 Plataformas UGC.....	19
3.2.4.2. Ferramenta de suporte à criação do UGCs.....	24
3.2.5. Características e Popularidade dos UGCs audiovisuais	25
3.2.6. Desafios aos UGCs	27
3.2.7. Os UGCs audiovisuais em Portugal	28

4. O Projecto VT4U	32
4.1. Origem e contexto do projecto	32
4.2. Fase preparatória do projecto	34
4.2.1 Público-Alvo	34
4.2.2. Nome e Imagem.....	35
4.2.3. Planeamento dos tutoriais.....	36
4.2.4. Ambiente de apresentação.....	37
4.2.4.1. Pivô: Berta Claquete	37
4.2.4.2. Cenário das Filmagens	40
4.2.4.3. Plataforma online	41
4.2.4.4. Genérico.....	43
4.2.4.5. Elementos nos tutoriais e “extras”	44
4.3. Estrutura e processo de criação dos tutoriais	44
4.3.1 Operacionalização.....	45
4.3.2 Estilo.....	46
4.3.3 Recepção e processo evolutivo	48
4.4 Guia dos tutoriais vt4u.....	50
5. Caracterização do processo de avaliação.....	54
5.1 Metodologia.....	54
5.2. Objectivos específicos da fase de avaliação	55
5.3. Instrumentos de recolha de dados – os testes de avaliação.....	57
5.3.1. Questionários.....	62
5.3.2. Vídeos	63
5.3.3. Observação directa	63
5.3.4. Perguntas dos inquéritos e objectivos específicos.....	64

5.4 Universo e Amostra	65
6. Apresentação e análise dos resultados	67
6.1. Pré-questionários.....	67
6.2. Teste de iluminação	73
6.2.1. Pré-Questionário.....	73
6.2.2. Questionário pós teste	75
6.2.3 Vídeos produzidos pelos avaliadores	85
6.3. Teste de filmagem	88
6.3.1 Pré-questionário	88
6.3.2 Questionário pós teste	90
6.3.3 Vídeos produzidos pelos avaliadores	98
7. Considerações finais	100
7.1. Conclusões	100
7.2. Limites do estudo.....	101
7.2. Caminhos futuros.....	102
8. Bibliografia.....	103
9. Anexos	110
Anexo 1	110
Anexo 2	112
Anexo 3	116
Anexo 4	120

Índice de Gráficos

Gráfico 1- Percentagem de inquiridos que já publicaram um vídeo na Internet.	67
Gráfico 2 – Percentagem de inquiridos que, tendo respondido afirmativamente à 1ª pergunta, já produziram UGCs	68
Gráfico 3 - Reposta dos inquiridos na definição dos seus conhecimentos prévios na área dos audiovisuais para a Internet	69
Gráfico 4 – Resposta dos inquiridos em termos de interesse para a criação de conteúdos audiovisuais para a Internet	70
Gráfico 5 – Percentagem de inquiridos que já procurou saber mais sobre criação de vídeos	70
Gráfico 6 – Resposta dos inquiridos às tipologias de sites/tutoriais sobre a criação de vídeo que consultaram online	71
Gráfico 7 – Respostas dos inquiridos sobre a sua satisfação relativamente a sites/tutoriais de criação de vídeos, que consultaram online	72
Gráfico 8 – Percentagem de inquiridos que já montaram iluminação para uma produção audiovisual.....	73
Gráfico 9 - Reposta dos inquiridos na definição dos seus conhecimentos prévios sobre iluminação no contexto dos audiovisuais para a Internet	74
Gráfico 10 – Identificação dos tutoriais de iluminação consultados segundo escala pré-definida	75
Gráfico 11 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de iluminação por tipologias, considerando qualquer resposta que não fosse “não vimos”	76

Gráfico 12 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de iluminação por tipologias considerando apenas as respostas “vimos tudo”	77
Gráfico 13 – Respostas relativas aos tutoriais mais importantes para a conclusão de cada tarefa do teste de iluminação	79
Gráfico 14 – Percentagem de escolhas dos tutoriais mais relevantes no conjunto total do teste de iluminação	81
Gráfico 15 - Respostas relativas às razões da escolha do tutorial VT4U como mais importante para o teste de iluminação.....	82
Gráfico 16- Respostas relativas às razões da escolha do tutorial “Bre Pettis” como mais importante para o teste de iluminação.....	83
Gráfico 17 – Respostas sobre o grau de interesse do tutorial VT4U de iluminação.....	84
Gráfico 18 - Percentagem de inquiridos que já filmaram um vídeo com câmara de filmar88	
Gráfico 19 - Reposta dos inquiridos na definição dos seus conhecimentos prévios sobre o processo de filmar.	89
Gráfico 20 – Identificação dos tutoriais de filmagem consultados segundo escala pré-definida	91
Gráfico 21 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de filmagem por tipologias, considerando qualquer resposta que não fosse “não vimos”	92
Gráfico 22 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de filmagem por tipologias considerando apenas as respostas “vimos tudo”	93
Gráfico 23 – Respostas relativas aos tutoriais mais importantes para a conclusão de cada tarefa do teste de filmagem	94
Gráfico 24– Percentagem de escolhas dos tutoriais mais relevantes no conjunto total do teste de filmagem.....	95

Gráfico 25 – Respostas relativas às razões da escolha do tutorial VT4U como mais importante para o teste de filmagem	96
--	----

Gráfico 26 – Respostas sobre o grau de interesse do tutorial VT4U sobre filmagem	97
--	----

Índice de Figuras

Figura 1 – Página do projecto Carne p’ra Canhão no Sapo Vídeos.	33
Figura 2- Logótipo criado para o projecto VT4U	36
Figura 3 – Exemplo de filme de Berta	39
Figura 4 – Berta Claquete	40
Figura 5 – Cenário VT4U	41
Figura 6 – Plataforma online do projecto VT4U no Sapo Vídeos	42
Figura 7 – Frame do genérico dos tutoriais	43
Figura 8 – Separador de título do tutorial #4: edição mãos de tesoura	44
Figura 9 – Participantes a montarem iluminação durante o teste	74
Figura 10 – Área de consulta de fontes de pesquisa	90

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Resumo dos resultados obtidos no estudo de Célia Quico relevantes para a área dos UGCs audiovisuais.	31
Tabela 2 - Avaliação dos vídeos referentes ao teste de iluminação	86
Tabela 3 - Avaliação dos vídeos referentes ao teste de filmagem.....	98

1. Introdução

Vivemos numa era onde a democratização da Internet é, em larga escala, uma realidade. Hoje, o utilizador da Internet ocupa um lugar de destaque dentro da rede, participando, frequentemente, nas plataformas existentes, recolhendo e partilhando informações, conhecimentos e conteúdos. É nesta dinâmica que nos confrontamos, cada vez mais, com os designados User Generated Contents (UGCs), especialmente em formato vídeo, como podemos atestar pelo sucesso da plataforma de partilha de vídeos YouTube.

O projecto VT4U, sobre o qual o presente estudo se centra, também coloca o utilizador comum numa posição de destaque. No âmbito do projecto de mestrado, em associação com a empresa de serviços de Internet Sapo, o projecto VT4U foi realizado por mim e pela minha colega Sónia Roque com o objectivo de, através de tutoriais vídeo, ensinar o público não especializado a produzir e a realizar vídeos para a Internet. Para analisarmos todas as questões que envolvem este projecto recorreremos à opinião fundamentada dos utilizadores.

O corpo da dissertação está dividido em sete capítulos. Após o presente capítulo o documento organiza-se da seguinte forma:

- Um segundo capítulo denominado “Definição do problema de Investigação em Análise” onde se apresenta e contextualiza a problemática do estudo e se identificam os objectivos da dissertação.
- Um terceiro capítulo denominado “Enquadramento Teórico” onde se explora as temáticas da formação/educação apoiada no vídeo assim como o universo dos UGC em que o projecto VT4U se insere.
- Um quarto capítulo denominado “O projecto VT4U” onde se descreve todas as características do projecto VT4U.
- Um quinto capítulo denominado “Caracterização do processo de avaliação” onde se apresenta a metodologia usada para a avaliação deste estudo assim como os instrumentos de recolha de dados, objectivos específicos da fase de avaliação e a amostra.

-Um sexto capítulo denominado “Apresentação e análise dos resultados” onde se expõe e analisa os resultados recolhidos pelos diversos instrumentos que usámos.

- Um sétimo e último capítulo denominado “Considerações finais” onde se apresenta as conclusões, se refere limitações e onde propomos futuros caminhos de investigação para o estudo.

2. Definição do problema de Investigação

2.1. Contexto

Dentro das várias características usualmente referidas da designada Web 2.0, destaca-se a democratização (Graham, 2005). Esta democratização tem permitido uma evolução da Internet como centrada nos seus utilizadores, ou seja, uma Web Participativa onde cada utilizador produz material e acrescenta valor às plataformas em que participa. Paul Graham, programador, investigador e ensaísta¹, refere-se a este aspecto como prova de que os amadores podem superar os profissionais quando têm à sua disposição ferramentas relevantes, apresentando a *Wikipédia* como exemplo disso mesmo (Graham, 2005). Por sua vez, cada vez mais as plataformas presentes na Internet contêm características que permitem aos utilizadores acrescentarem algo de seu ou são até criadas de raiz numa perspectiva de servir de suporte aos conteúdos criados por amadores. Esta criação de conteúdos originais por utilizadores não profissionais foi designada por UGC - User Generated Content (Conteúdos Gerados por Utilizadores). Existem diversas tipologias de UGC presentes na Internet, muitas vezes suportadas por plataformas dedicadas a um tipo específico de conteúdo, como por exemplo o *YouTube* para vídeos, o *myspace* para música, o *flickr* para imagens ou as *wikis* e *blogs* tradicionais para texto. Neste estudo, atendendo ao contexto científico em que inserimos o assunto, centramo-nos precisamente na área do audiovisual, mais especificamente nos vídeos.

A popularidade do vídeo enquanto media na web pode ser facilmente comprovada ao se consultar o ranking dos sites mais vistos organizado pela Alexa²: o *YouTube* encontra-se em terceiro lugar apenas atrás do *Google* e do *Facebook*. Estudos realizados em 2010 nos E.U.A revelam que 69% dos internautas adultos (acima dos 18 anos) usaram a Internet para ver ou fazer download de vídeos e 14% já publicaram vídeos *online*.³

¹ <http://www.paulgraham.com/bio.html>

² <http://www.alexa.com/topsites> acedido em 22-05-2010

³ <http://pewinternet.org/Reports/2010/State-of-Online-Video.aspx> acedido em 22-05-2010

Os UGC de vídeo, talvez mais profundamente que qualquer outro tipo de conteúdo UGC, requerem por parte dos seus criadores conhecimentos *à priori* dos processos da sua construção, ou seja, para fazer um conteúdo UGC em vídeo é necessário, por exemplo, ter alguns conhecimentos sobre edição de vídeo, entre outros. O projecto em vídeo que realizamos no contexto deste estudo procura ser uma ferramenta formativa para que mais utilizadores possam desenvolver competências que lhes permitam criar conteúdos UGC em vídeo. Este projecto levou-nos a questionar o potencial do vídeo como ferramenta formativa nesta área, como um método eficaz e preferido de transmissão de informações que conduzam a um conhecimento prático. Tendo em conta tudo o que já dissemos sobre os utilizadores, tanto no que toca à sua importância na “participativa” Web 2.0 como ao seu papel de “actor principal” no contexto dos UGCs, achámos que deveriam ser eles os actores centrais da avaliação desse potencial formativo do vídeo.

Assim, o que pretendemos saber, através de inquéritos associados a testes ao projecto VT4U, é se o vídeo é um método eficaz na transmissão de informação de carácter formativo para obtenção de conhecimentos práticos na área do audiovisual e se é o media preferido dos utilizadores.

2.2. O Problema

Todos os dias milhares de novos vídeos são carregados para o *YouTube*. Uma parte desses vídeos tem conteúdos originais/semi-originais criados e produzidos por amadores e que por isso se inserem dentro da categoria dos UGC. Um problema que se poderá associar a estes conteúdos audiovisuais é a sua fraca qualidade nomeadamente a nível técnico. São conteúdos cujo contexto de criação é, muitas vezes, de diversão particular e por isso produzidos sem grandes preocupações técnicas. Este facto pode ter implicações negativas na forma como a plataforma é percebida e avaliada pelos seus utilizadores ou, simplesmente, limitar a eficácia do vídeo na transmissão da sua mensagem. É portanto uma situação que deve preocupar as entidades responsáveis pelas plataformas. Se por um lado a participação dos utilizadores é benéfica para o crescimento e expansão de uma plataforma nos mais diversos níveis, por outro, se esta não tiver alguma

qualidade, pode acabar por afastar novos utilizadores e descredibilizar à partida os restantes conteúdos.

O *Sapo Vídeos* é uma plataforma portuguesa de suporte a vídeos tal como o *Youtube*. A plataforma inclui bastantes conteúdos profissionais e semi-profissionais devido à sua política de parcerias e a iniciativas próprias para a criação de conteúdos profissionais,⁴ mas aposta ao mesmo tempo em ferramentas para que os seus utilizadores participem com conteúdos próprios. Assim, atento ao potencial dos UGC vídeo, o Sapo pretendeu contribuir com um projecto que disponibilizasse aos seus utilizadores a possibilidade de adquirirem conhecimentos, de uma forma directa e simples, que permitisse melhorar a qualidade dos vídeos por eles produzidos.

A ideia principal era contribuir para a melhoria da qualidade dos vídeos submetidos pelo público assim como incitar o aumento da própria participação nesta área. O caminho para encontrar uma solução partiu da ideia de que a melhor forma para promover o uso correcto do vídeo seria usar o próprio vídeo como suporte da mensagem. O caminho a seguir passaria então pela criação de um conjunto de vídeos de carácter formativo que se debruçassem sobre o processo global de realizar vídeos. Desta forma usava-se o vídeo como um meio sobre o qual se pretendia formar e a própria plataforma de vídeos como suporte. Pretendia-se assim chamar a atenção para a questão dos UGC e formar o público amador dotando-o de informações que lhes permitissem melhorar as suas competências na realização de produções audiovisuais. O projecto VT4U viria a nascer deste pensamento.

2.3. Objectivos do estudo

Neste trabalho iremos, como referido nos pontos anteriores, abordar o tema da transmissão de informações de carácter formativo de forma a contribuir para o desenvolvimento de competências dos utilizadores na área do vídeo. O veículo deste tema é o projecto VT4U por nós realizado, constituído por conteúdos técnicos e tutoriais para apoio à produção de UGCs. É a partir desse projecto e dos conteúdos por ele

⁴ Ver exemplos em <http://t2para3.sapo.pt/> e <http://videos.sapo.pt/carnepcanhao>

produzidos que se desenrola o estudo e se obtêm os dados e retiram as conclusões A questão principal à qual pretendemos responder é:

Será o vídeo um método eficaz e preferencial na transmissão de informação com fins formativos no contexto dos UGC vídeo?

De acordo com esta questão e com o contexto projectual traçámos os seguintes objectivos:

1- Identificar e analisar as preferências de utilizadores comuns de internet face às diferentes tipologias de conteúdos/media para a transmissão de conteúdos formativos na área do vídeo para a Internet.

2- Perceber se o vídeo é uma mais-valia em relação às tipologias textuais e esquemáticas para a transmissão de conteúdos formativos na área do vídeo para a Internet.

3- Analisar, avaliar e reflectir criticamente sobre a eficácia do projecto VT4U

3. Enquadramento Teórico

Um projecto com as características do VT4U toca em diversas áreas que iremos caracterizar e descrever neste capítulo. Estas áreas incluem temáticas educativas e naturalmente temáticas relacionadas com UGCs. Existem dois factores essenciais que irão guiar a linha de análise destas áreas.

Primeiro, a importância dos audiovisuais neste estudo. Trata-se de um projecto cujo resultado se centra em conteúdos em vídeo para ensinar técnicas de pré, produção e pós-produção. Assim, é sobretudo pertinente pôr em equação as questões relacionadas intimamente com este meio. Segundo, o facto deste projecto ter um público-alvo bastante específico, que são os utilizadores de Internet comuns, não qualificados na área de vídeo e cuja língua materna é o português (com especial incidência nos Portugueses).

No contexto educativo parece-nos sobretudo importante encontrar exemplos dentro do nosso país e centrar a atenção na forma como o vídeo poderá auxiliar à aprendizagem dos seus públicos. Procuramos, neste capítulo, que as descrições e exemplos estejam dentro do contexto português, sempre associado à área dos audiovisuais.

3.1. O ensino/formação apoiado nas tecnologias audiovisuais

A educação e a tecnologia sempre estiveram interligadas ainda que essa ligação possa ser facilmente ignorada, dada a subtilidade de alguns casos. Contudo, bastará considerarmos o impacto que a invenção da escrita impressa teve na disseminação de documentos científicos com carácter formativo, para compreendermos esta ligação.

Existe um consenso quanto à relevância das imagens no processo de aprendizagem. É reconhecido que o uso de imagens estáticas em complementaridade com textos chama a atenção ajudando a explicação e a retenção da informação (Adão, 2006). Da mesma forma, é também reconhecido o valor do vídeo na aprendizagem. Estudos comparativos, entre o ensino tradicional e ensino apoiado na utilização e visualização de vídeos, mostraram uma melhoria entre os 3% e os 5% na capacidade de retenção de informação

pelos alunos.⁵ Outros estudos referem que existe uma maior facilidade de processamento cognitivo, pela redução do esforço mental, na aprendizagem apoiada no vídeo (Adão, 2006). Será, portanto, natural verificar que os avanços feitos na área do audiovisual tenham sido aproveitados no sentido de melhorar as técnicas de ensino e até de gerar novos paradigmas (*por exemplo, a telescola*).

O denominado “ensino à distância” é provavelmente o caso mais claro do potencial do audiovisual associado ao ensino. Se considerarmos em paralelo a evolução das tecnologias do audiovisual e a dos próprios sistemas educacionais, reparamos que as novas tecnologias penetram nos sistemas, complementando-os ou até transformando-os. Assim, a difusão televisiva, o cinema, as cassetes de vídeo, CD-ROM e DVDs têm sido usados por instituições de ensino como auxiliar das suas actividades pedagógicas. No caso do e-learning, por exemplo, verificamos como os meios audiovisuais foram adoptados assim que as tecnologias de *streaming* de vídeo evoluíram. Se a início os custos elevados de produção de conteúdos audiovisuais, associados à dificuldade da sua distribuição, eram uma forte barreira à sua utilização, hoje em dia, com a facilidade do processo criativo e distributivo possibilitado pela evolução da Internet, esse já não é o caso. Assim, os conteúdos audiovisuais foram integrados no contexto de aprendizagem nas plataformas de e-learning⁶. (Adão, 2006)

A evolução do vídeo na Internet teve também impacto na formação que as empresas fornecem aos seus trabalhadores. Com a crescente presença das empresas na Internet, os seus gestores perceberam o potencial que esta representava na comunicação interna de informação e conhecimento⁷. Ao mesmo tempo, os contextos sociais, apoiados por directrizes globais dos agentes governativos, exigiram, de certa forma, que as empresas fornecessem formação continuada aos seus trabalhadores. É natural que a formação através da Internet tenha surgido como uma solução a essas exigências, e que o vídeo, pelas suas propriedades mais apelativas, tenha ganho relevância neste modelo.

⁵ <http://www.streamingmedia.com/article.asp?id=8763&c=6>, Mark Fritz, acedido em 10-01-2009

⁶ Ver exemplo em <http://www.youtube.com/watch?v=hNYhWl1J8X4&feature=related>

⁷ <http://www.eimagazine.com/xq/asp/sid.0/articleid.B2BDB052-0894-489E-A318-82F600DA7CF8/qx/display.htm>, eimagazine, acedido em 14-01-2009

Assim, iremos agora caracterizar, mais detalhadamente, esta relação entre o ensino e as tecnologias audiovisuais, com especial enfoque nos casos Portugueses.

3.1.1. O audiovisual no apoio ao Ensino e E-Learning – da telescola à actualidade.

Como atrás foi referido, o “ensino à distância” contém na sua história casos significativos do auxílio das tecnologias audiovisuais na aprendizagem. Sara Petiz (2006) apoiando-se em Lima e Capitão (2003) identifica quatro gerações distintas de ensino à distância. Em três delas as tecnologias audiovisuais são um factor importante ou até dominante.⁸

Segundo este estudo, a segunda geração (1970-1980) aproveitou os desenvolvimentos da rádio e da televisão combinados com meios como a correspondência de materiais escritos, o telefone e o fax para oferecer serviços educacionais. Em termos de ensino superior isto traduziu-se na inauguração da Universidade Aberta, que chegou um pouco mais tarde a Portugal que o modelo consolidado em Inglaterra (Open University). A grande diferença desta geração relativamente à primeira encontra-se ao nível dos conteúdos, melhorados pelas características da televisão, permitindo compreender mais claramente conceitos específicos através da visualização de imagens, de gestos, atitudes e expressões (Lagarto, 2003).

O caso mais mediático desta geração em Portugal foi um projecto dirigido ao ciclo preparatório denominado Telescola, em que a tecnologia audiovisual mais avançada da época – a Televisão – assume um papel de destaque. Em 1963 as primeiras emissões foram ensaiadas e arrancaram regularmente a 6 de Janeiro de 1964, embora só no início do ano lectivo de 1965 estivessem formalmente no ar.⁹ As emissões partiam dos estúdios do Monte Virgem em Vila Nova de Gaia. Alunos do 5º e 6º ano reuniam-se para lições de aproximadamente 15 minutos em salas munidas de televisores e na presença de um professor monitor do ensino básico do 1º nível com formação específica. No sentido de

⁸ este documento não irá considerar a primeira geração, baseada no ensino por correspondência (1840-1970)

⁹ <http://www.rtp.pt/web/historiartp/1960/telescola.htm>, RTP, acedido em 10-01-2009

alargar o público, foram instalados televisores em fábricas, casas do povo e casas paroquiais. Dados de 1966/67 (Vidal, 2002), mostram que existiam 194 postos de recepção espalhados pelo continente. Nos postos de emissão 15 agentes do ensino asseguravam as aulas a ser transmitidas e o número de inscritos era de 4219. A taxa de aproveitamento foi de 85,2%, o que excedeu na altura o Ensino Liceal Oficial e o 1º ano do Ciclo Preparatório Oficial, respectivamente com taxas de 70,6% e 70,2%. Este projecto, segundo Elisabete Vidal, teve o mérito de responder com alguma eficácia e eficiência ao desafio do alargamento da escolaridade obrigatória para 6 anos:

“A sua eficácia traduziu-se na formação de mais de um milhão de jovens portugueses, com uma frequência anual média de 60 mil formandos e com resultados ligeiramente melhores que os do Ciclo Preparatório Directo;” (Vidal, 2002)

“A sua eficiência traduziu-se na correcta utilização da rede de recursos existentes, ou seja, escolas, juntas de freguesias, salões paroquiais e recursos humanos.” (Vidal, 2002)

Podemos considerar, portanto, a Telescola um exemplo de sucesso da aplicação das tecnologias de audiovisual num novo sistema de ensino.

A terceira geração (1980-1990) é um resultado directo do aparecimento das cassetes de vídeo. Aqui, como no caso anterior, uma tecnologia audiovisual encontra-se em destaque. A maior diferença entre esta geração e a anterior prende-se com o facto das cassetes permitirem que os alunos assistissem às aulas a qualquer hora e repetidas vezes. Os restantes princípios básicos e o modelo de aprendizagem são semelhantes. O próprio projecto da telescola evolui com os avanços desta terceira geração, passando de emissão em antena aberta para aulas em cassetes distribuídas na rede de estabelecimentos de formação.

A quarta geração (1990-2005) é definida pelos avanços tecnológicos associados aos computadores, como a Internet, o CD-Rom e as plataformas e-learning, Numa primeira fase o vídeo não assume um papel de especial relevância, tendo em conta os seus custos elevados e o estado de desenvolvimento embrionário da tecnologia de *streaming*, da

largura de banda existente e da própria velocidade e capacidade dos servidores da Internet. Ainda assim, destaca-se o uso da videoconferência como meio de comunicação síncrona em apoio ao ensino à distância.

Sara Petiz (2006) afirma que com o desenvolvimento da Internet alguns autores falam de uma Quinta Geração, onde realmente a Internet e os componentes desta tomam o papel principal. Qual o valor do audiovisual nesta geração? Para Elizabete Vidal (2002) o vídeo aparece como suporte “integrado num conjunto de materiais de formação”. Desta forma, serve sobretudo como complemento a outros média. Uma das características do vídeo é o seu potencial ilustrativo. Assim, adquire utilidade na medida em que mostra o mundo real através de documentários, revelando experiências científicas, processos industriais de fabrico ou outros desempenhos comportamentais difíceis de ilustrar de outra forma. Actualmente, esta perspectiva poderá ser expandida pela capacidade actual de uso de elementos gráficos virtuais nos vídeos. Mesmo ignorando estas características mais recentes, o potencial do vídeo na Internet como veículo para a aprendizagem já era anunciado no ano de 2000:

“o acesso global à informação e à tecnologia altera a relação entre as pessoas e o conhecimento e sugere novas formas de suportar actividades de aprendizagem. Um número significativo de avanços tecnológicos está a tornar mais fácil o acesso, armazenamento e transmissão do vídeo. Além disso, as novas tendências para a convergência e integração dos media estão também a transformar o vídeo num meio dominante. Neste contexto, está a tornar-se mais relevante a compreensão do modo como se pode fazer um uso eficaz do vídeo no suporte à aprendizagem.” (Adão, 2006, citando Chambel e Guimarães, 2000).

Este ponto remete-nos para o *streaming* de vídeo na Internet associado às plataformas actuais de e-learning.

“O novo contexto tecnológico em que está inserida a comunidade estudantil (...) e a mudança cultural que hoje influencia o comportamento e as necessidades dos alunos,

motivam a exploração de metodologias que acompanhem o ritmo de evolução da sua cultura tecnológica.

A utilização de tecnologias de streaming em contextos de aprendizagem surge como uma enorme oportunidade para atingir os objectivos de mudança que foram definidos. Esta tecnologia, quando devidamente implementada sob orientação pedagógica, permite uma grande flexibilidade e tem a capacidade de manter os alunos motivados, principalmente pela diversidade de canais que utiliza e porque possibilita um acesso fácil aos conteúdos, para além de incrementar o nível de protecção dos conteúdos e da sua propriedade intelectual.” (Adão, 2006)

O *streaming* encontra-se actualmente numa posição de estabilidade. Isto deveu-se a avanços, não só na tecnologia de streaming como também no próprio desenvolvimento da Internet, nomeadamente o aumento global da largura de banda. Assim, o *streaming* é actualmente um método seguro de disponibilizar conteúdos audiovisuais via Internet de uma forma rápida, simples e barata (Adão, 2006). Neste sentido tornou-se num método importante de difundir conteúdos educacionais. No artigo “Streaming Media in Higher Education: Possibilities and Pitfalls”¹⁰ Brian Klass (2003) destaca a relevância da imagem e da voz humana no processar da aprendizagem. Como seres sociais aprendemos muito através da capacidade de visualizar e ouvir as acções de outros. O streaming de vídeo e áudio oferece essa possibilidade também aos formandos com restrições geográficas. Num estudo da Universidade de Melbourne intitulado “Video streaming of lectures via the Internet: an experience” (McCrohon et al., 2001) é exposta uma experiência de distribuição de conteúdos audiovisuais recorrendo ao streaming. O estudo conclui que o streaming de vídeo é uma tecnologia adequada à distribuição de palestras e tutoriais curtos a alunos exteriores à Universidade. Ficou ainda patente uma expectativa: que com o desenvolvimento das tecnologias de streaming, estas viessem a ter um papel relevante na difusão do ensino online. Os artigos “Video Streaming: a guide for educational

¹⁰ <http://campustechnology.com/Articles/2003/05/Streaming-Media-in-Higher-Education-Possibilities-and-Pitfalls.aspx>, Brian Klass, acedido em 10-01-2009

development” (Thornhill et al., 2002) e “Getting started in online education: stream your classes and training online” (VitalStream, 2003) apresentam uma das primeiras tentativas de formar os agentes de ensino a criarem correctamente materiais pedagógicos audiovisuais para difusão através de streaming na Web.

O aparecimento da plataforma YouTube¹¹ revolucionou de tal forma a forma de distribuir vídeo na Internet que influenciou a criação de várias plataformas de estrutura e objectivos similares. Destas plataformas destaca-se uma dedicada ao *streaming* de vídeos educativos e tutoriais.¹² O TeacherTube¹³ apresenta ferramentas semelhantes ao YouTube mas com um maior controlo sobre os conteúdos publicados que são normalmente criados por agentes de ensino. Os conteúdos audiovisuais são criados por professores, para professores ou alunos.

Atendendo ao contexto específico de Portugal, a Universidade do Minho apresenta-se como pioneira no uso do *streaming* em contexto pedagógico, usando metodologias para a criação de recursos multimédia próprios, optimizados para difusão na Internet. (Adão, 2006)

Na Universidade de Aveiro é, também, frequente recorrer a exemplos audiovisuais retirados da Internet, disponibilizados nas aulas e nas plataformas educativas online. Esta prática será, potencialmente, já comum em muitas instituições de ensino.

Além da importância do *streaming* na Internet para as academias, hoje é reconhecida a importância da formação ao longo da vida, nomeadamente no sentido de melhorar as capacidades profissionais dos trabalhadores. A Comissão Europeia define este conceito como “*uma actividade de aprendizagem global que decorre durante toda a vida, com o objectivo de melhorar conhecimentos, proficiências e competências numa perspectiva pessoal, cívica, social e/ou associada ao emprego*” (Petiz, 2006, citando a Comissão das Comunidades Europeias, 2002). As empresas vêem-se, assim, na posição de fornecerem formação continuada aos seus trabalhadores. Devido aos constrangimentos da vida

¹¹ <http://www.youtube.com>

¹² <http://www.teachertube.com/about.php>, TeacherTube, acedido a 10-01-2009

¹³ <http://www.teachertube.com>

profissional, muitas empresas usam a formação à distância como alternativa, beneficiando inclusive da redução de custo que esta solução apresenta ao nível de deslocações.

O grupo PT iniciou um projecto de formação em rede em 1994, conhecido por Formare. Segundo esta empresa, o projecto “pretendia implementar, internamente, um serviço de gestão de formação que disponibilizasse informação a todos os possíveis interessados, não só para consulta de dados de suporte e de apoio, mas também para a introdução de novas metodologias de ensino”¹⁴. Entre 2002 e 2004, devido ao sucesso interno da plataforma Formare e a solicitações exteriores, a PT decidiu comercializa-la no mercado empresarial.

A plataforma Formare foi adoptada por empresas como a Honda Automóvel de Portugal, o Instituto de Emprego e Formação Profissional, Ordem dos advogados, Portucel, Nova Etapa, entre outros. Todas estas incluem o *streaming* de vídeo como ferramenta activa para o ensino online dos seus formandos. (Antunes et al., 2007) Os benefícios do vídeo na formação empresarial são similares aos já referidos acima para o ensino académico. É portanto de notar que o audiovisual entrou na formação empresarial da mesma forma que no ensino académico, apoiado em plataformas e-learning especializadas.

3.2. O audiovisual na era dos UGC (User Generated Content)

3.2.1. O advento dos UGCs

O desenvolvimento da Internet abriu uma era de informação sem precedentes. À medida que mais e mais pessoas foram tendo acesso à rede, as empresas foram-se apercebendo do seu potencial. O factor novidade da Internet despoletou uma corrida de investidores, o que ficou conhecido como o boom das *dot.com*¹⁵. Ao mesmo tempo que as empresas tradicionais tentavam entrar na rede, surgiram inúmeras empresas

¹⁴ <http://www.formare.pt/apresentacao/origem.aspx>, Portugal Telecom, acedido em 10-01-2009

¹⁵ <http://www.ciits.com/pdf/dotcombust.pdf>, CI IT Solutions 10-01-2009

centradas exclusivamente no negócio que a Internet proporcionava; eram designadas empresas *dot.com*. Dentro das variadas práticas comerciais promovidas, algumas empresas dedicaram-se a criar plataformas e conteúdos para promover a entrada de outras na Internet. Os mercados investidores pareciam estar interessados em apoiar estas novas empresas da Web e, conseqüentemente, o número de empresas *dot.com* aumentou exponencialmente. Quando parecia ser este o caminho algo mudou. Em 2001 um grande número de empresas dedicadas à Internet abriu falência, naquilo que ficou denominado como *dot-com bubble burst*¹⁶. Para Tim O'Reilly (O'Reilly, 2005), criador do termo Web 2.0, este evento foi um ponto de viragem para o futuro da Internet. O'Reilly menciona que é com estes acontecimentos que as empresas falsas caem e os verdadeiros casos de sucesso mostram a sua força.¹⁷ É aliás a partir desse momento que se pensa ter surgido o advento da Web 2.0. Para esta investigação estes factos são relevantes por uma razão muito particular. Ao analisarem as empresas que sobreviveram às grandes falências, O'Reilly e os seus parceiros perceberam que estas tinham pontos em comum – todas elas pareciam seguir o conceito de aglomerar a inteligência colectiva dos seus utilizadores, numa tendência de “Web participativa”. Perceberam que os internautas não queriam apenas procurar informação, mas também contribuir para esta. De facto, O'Reilly refere que uma das lições chave que sai da Web 2.0 é que os utilizadores são capazes de acrescentar e potenciar o valor (*users add value*) das aplicações e plataformas. É neste sentido que é pertinente falar de UGC (*user-generated content*), cuja importância provém precisamente dessa vertente do conceito de Web 2.0.

3.2.2. Definição e caracterização de UGC

Começamos então no ponto em que entendemos os UGCs como uma das principais características da “Web participativa”. Traduzido literalmente, UGC quer dizer “conteúdo

¹⁶ <http://www.ciits.com/pdf/dotcombust.pdf>, CI IT Solutions

¹⁷ <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>, Tim O'Reilly, acedido em 06-01-2009

gerado por utilizadores”. Por vezes também referido como UCC (*user-created content* – conteúdo criado por utilizadores), este abrange diversos tipos de média e de trabalhos criativos (escrita, áudio, vídeo e híbridos). Em termos de uma definição concreta ainda não existe um consenso entre os diversos especialistas associados. A OCDE, num relatório de 2007, "Participative Web: User-created Contents", tenta definir UGC baseando-se nas suas características. Baseia-se assim em 3 pontos-chave a considerar:

A publicação – Embora UGC queira dizer literalmente conteúdo gerado por utilizadores, em questões de estudos nesta área, interessa considerar apenas os conteúdos que tenham sido publicados de alguma forma, ainda que com acesso restrito a algum tipo de utilizadores (dentro de uma rede universitária por exemplo). Neste sentido, ficam excluídos os conteúdos que apenas existem em e-mails directos ou mensagens instantâneas.

O esforço criativo – Este ponto implica que exista algum tipo de empenho na criação ou na adaptação de trabalhos existentes, no sentido de gerar um novo conteúdo. A ideia é que os utilizadores acrescentem valor pessoal aos seus trabalhos. Este esforço pode até ser entendido no sentido de um tipo de colaboração em que vários utilizadores têm acesso para editar um determinado conteúdo (Wikis, por exemplo). Actividades como pegar num determinado conteúdo televisivo e simplesmente colocá-lo numa plataforma UGC não é considerado um UGC. O problema com este ponto é que o conceito de “esforço criativo” é difícil de definir, por ser de alguma forma subjectivo.

Criação fora de práticas ou rotinas profissionais – Os UGC são normalmente criados por utilizadores comuns fora das suas práticas profissionais. Em princípio não têm um carácter comercial ou institucional, sendo que os factores motivacionais que levam os utilizadores a criá-los passam por: conectarem-se com amigos e colegas, obterem um certo nível de fama, notoriedade, prestígio ou apenas a necessidade de se expressarem.

Este último ponto, embora importante no advento dos UGCs, está a tornar-se difícil de manter. À medida que o mundo económico se vai apercebendo do valor dos UGCs a tendência caminha para a capitalização destes pelo lado dos utilizadores.

Pensamos que a definição de UGC propriamente dita permanece em aberto, pois é baseada nas suas características, que podem vir a alterar-se devido ao novo estatuto que os UGCs estão a ganhar na sociedade.

3.2.3. Tipologias de UGCs

A caracterização atrás apresentada permite ter uma ideia do que são os UGC, mas é preciso entender que a área abrangida pelos UGCs é ainda muito diversificada, abarcando várias tipologias de conteúdos. Mais uma vez, recorrendo ao mesmo relatório da OCDE, temos:

A escrita – Documentos escritos originais ou expansão de trabalhos escritos existentes criados por utilizadores. Um exemplo disto é o conceito de *fanfiction*, em que fãs escrevem ficção a partir das suas obras preferidas (usando as mesmas personagens, locais, etc.). A wikipedia é nos dias de hoje o expoente máximo desta tipologia.

Fotografia/ Imagens – Fotografias digitais tiradas por utilizadores e publicadas online. Imagens criadas ou modificadas pelos utilizadores. O *flickr*, por exemplo, tornou-se rapidamente num dos maiores sites de partilha de fotografia de amadores e de utilizadores comuns.

Áudio/ Música – Criação de conteúdo áudio original ou edição de material existente, no sentido de criar algo novo com a sua subsequente distribuição em formato digital. Dos inúmeros exemplos nesta área é de destacar o MySpace que se tornou no site de eleição para a promoção de novas bandas.

Vídeo/ Filmes – Criação de vídeos originais ou edição de conteúdos existentes, de forma a criar algo novo com a sua publicação em plataformas online de partilha de vídeos. Um género bastante popular de adaptação de conteúdos: os vídeos onde se tenta a sincronização dos lábios com uma determinada música¹⁸.

Jornalismo do cidadão – Reportagens jornalísticas de eventos efectuadas por utilizadores comuns. Estas reportagens incluem documentos escritos, entradas em blogs, fotos e até vídeos dos eventos, que são depois colocados online. As eleições presidenciais como temática mobilizadora nos E.U.A contribuíram enormemente para o desenvolvimento nesta tipologia.

Conteúdo educacional – conteúdos criados por escolas, universidades e conteúdos com propósitos educacionais.

Conteúdo de telemóvel – Conteúdo que é gerado por telemóveis e aparelhos similares, e que é depois colocado online.

Conteúdo virtual – Conteúdos criados no contexto de mundos virtuais. Jogos criados por utilizadores também integram esta categoria.

Para o presente trabalho interessa-nos estudar a área do audiovisual que se insere maioritariamente na categoria de Vídeo/Filmes, mas que, segundo esta divisão pela OCDE, acaba por tocar também em pontos específicos do jornalismo do cidadão e do conteúdo educacional.

¹⁸ Ver vídeo de exemplo em <http://www.youtube.com/watch?v=N2rZxCrb7iU>

3.2.4. Os UGCs audiovisuais

Em termos de audiovisual os UGC apresentam-se na Internet em três formas primárias. Em primeiro lugar há a considerar os vídeos feitos em casa, normalmente curtos e muitas vezes com um carácter tipo documentário ou humorístico. Em segundo lugar, a “remistura” de conteúdos pré-existentes com conteúdos auto-produzidos. Como exemplo desta forma apontamos os vídeos de sincronização de lábios com uma música (tipo *playback*).¹⁹ Por último, a terceira forma é constituída de “remisturas” entre conteúdos já existentes, muitas vezes parodiando algo. Neste caso, pequenos pedaços de filmes são cortados e editados para construir um novo filme. Exemplo disto são os AMV (*anime music vídeos*), em que pedaços de séries populares de animação são usados juntamente com músicas, de forma a sincronizar a animação com o som da música, parodiando de certa forma a animação. Também são populares as “remisturas” usando várias cenas de filmes, de forma a criar uma *espécie* de composição musical.²⁰

A seguir, analisamos as plataformas específicas dedicadas a UGCs, onde a maioria destes vídeos são publicados.

3.2.4.1 Plataformas UGC

Existem dezenas de plataformas dedicadas a suportar conteúdos UGC, mas só o Youtube contabiliza quase metade da área de mercado representado por estas (comScore, 2010). Não é por isso de estranhar que a maior parte das plataformas siga o exemplo do Youtube. De seguida veremos algumas das mais importantes plataformas existentes. Algumas destacam-se precisamente por serem alternativas bastante diferenciadas do YouTube.

¹⁹ Ver vídeo de exemplo em <http://www.youtube.com/watch?v=rWN5B5J6L4E>

²⁰ Ver vídeo de exemplo em http://www.youtube.com/watch?v=JImcvtJzIK8&feature=channel_page

Youtube

O YouTube é a plataforma mais popular nesta área, tendo sido pioneira na forma aberta de acesso aos conteúdos vídeos. O Youtube iniciou a sua actividade a Fevereiro de 2005, criado por 3 ex-funcionários do serviço online PayPal (um serviço de pagamento pela Internet) – Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Esta plataforma permite a visualização e partilha de vídeos com ferramentas de “*Social Web*” associadas, tais como comentários e *ratings*. Embora o Youtube necessite de registo para fazer uploads de vídeo permite que qualquer pessoa aceda e visualize todos os vídeos alojados sem qualquer tipo de registo. O sucesso e rápido crescimento do YouTube levou à sua compra em Novembro de 2006 pela Google.Inc. Segundo dados da comScore o Youtube é a maior plataforma de vídeos online nos E.U.A com uma área de mercado à volta dos 43% e mais de 14,6 biliões de vídeos visualizados em Maio de 2010.²¹ Frequentemente o YouTube tem feito parcerias permitindo o uso de vídeos alojados por canais de televisão como a CBS e a BBC.

Em termos tecnológicos o Youtube apoia-se na tecnologia de *streaming* da *Adobe* o que requer um *Plug-in* no *browser* de Internet dos computadores dos utilizadores. No entanto, segundo estudos da *Adobe Systems* o *plug-in* encontra-se instalado em mais de 95% dos computadores pessoais com acesso à Internet.²² O sistema de codificação da plataforma permite que os utilizadores façam uploads da maior parte dos formatos incluindo WMV,.AVI, .MOV, MPEG,.MP4, DivX, .FLV, .OGG e 3GP. O suporte ao formato 3GP foi lançado em Julho de 2007 quando o Youtube lançou o serviço para dispositivos moveis.²³ Em Novembro de 2008 o Youtube mudou o tamanho de visualização do tradicional 4:3 para *widescreen* 16:9 em consonância com o anúncio de suporte ao

²¹http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/6/comScore_Releases_May_2010_U.S._Online_Video_Rankings, comScore, acedido em 07-09-2010

²² http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/version_penetration.html, Adobe Systems, acedido em 07-01-2009

²³ <http://downloadsquad.switched.com/2007/06/17/youtube-mobile-goes-live/>, Switched, acedido em 07-09-2010

formato HD. Em Janeiro de 2010 a Google anunciou a integração do *player* baseado em html5.²⁴

Yahoo! Video²⁵

Tal como o Google Video, esta plataforma é muito semelhante ao Youtube, no entanto o Yahoo! Video começou por ser apenas um motor de busca para vídeos. Em Junho de 2006 a plataforma adicionou a possibilidade de fazer upload e alojar vídeos nos seus servidores. Em Fevereiro de 2008 o site mudou o seu foco para apenas servidor de vídeos dentro dos seus servidores. Este percurso parece ser precisamente o oposto do Google Video.

O Yahoo! Videos aceita uploads nos formatos 3GP, .3GP2, .AVI, .QT, .MPG, .MOD, .MOV, .WMV e .ASF que converte em formato Flash 16:9.

DailyMotion²⁶

DailyMotion é mais uma plataforma ao estilo do YouTube com sede em França. Apresenta o mesmo tipo de funcionalidades que as restantes plataformas deste tipo permitindo a procura de vídeos a partir de tags, canais e grupos de interesse. À imagem das outras plataformas deste tipo, também o DailyMotion apostou em suportar HD tendo-o anunciado em Fevereiro de 2008. Segundo dados de Setembro de 2010 pela comScore o Dailymotion é visitado por cerca de 72 milhões de utilizadores diferentes por mês e segundo as suas estatísticas internas faz *streaming* de cerca de 1 bilião de vídeos por mês.²⁷

Current TV²⁸

A CurrentTV nasceu das mentes de Al Gore e Joel Hyatt como um canal de notícias alternativo funcionando tanto online como em televisão por cabo. A primeira emissão

²⁴ <http://mashable.com/2010/01/20/youtube-html5/>, Mashable, acedido em 07-09-2010

²⁵ <http://video.yahoo.com>

²⁶ <http://www.dailymotion.com/>

²⁷ <http://www.beet.tv/2010/09/dailymotiongrowth.html>, Beet.tv, acedido em 30-09-2010

²⁸ <http://current.com/>

ocorreu a 1 de Agosto de 2005. A ideia inovadora deste canal foi a de funcionar em parte a partir de contribuições dos seus utilizadores – designados por VC². O canal transmitia “pods”, que são pequenos filmes com 3 a 7 minutos de duração. Estes “pods” podiam ser submetidos por utilizadores e caso fossem seleccionados estes podiam até receber uma remuneração pelo seu trabalho. Os trabalhos submetidos eram filtrados por um sistema de votos e, numa última fase, definitivamente aprovados ou negados pelo departamento de programação da Current. A partir de Junho de 2009 este sistema foi em parte descontinuado em favor de programas mais tradicionais com cerca de 30 minutos de duração, ainda que a submissão de determinados “pods” (VCAM, “pods” publicitários submetidos pelos utilizadores) ainda seja permitida.²⁹

Em termos tecnológicos, à semelhança do YouTube, a CurrentTV usa o *Adobe Flash Player* suportando submissões nos formatos 3GP, .3GP2, .AVI, .DV, .MPG, .MPG4, .MOV, .MGV, .WMV, .ASF.

Vimeo³⁰

O Vimeo, lançado em Novembro de 2004, é uma plataforma dedicada totalmente aos vídeos criados pelos utilizadores e como tal centrada no carácter mais social dos UGC. Além da exclusividade de suporte de vídeos UGC, o que marca a diferença no Vimeo é a elevada qualidade dos *codecs* da plataforma. O Vimeo foi, por exemplo, a primeira plataforma do género a suportar HD. Nesse sentido existe um controlo maior do que é alojado no site, não sendo permitido publicidade ou conteúdos não produzidos pelos utilizadores. Devido ao carácter qualitativo mais elevado e às características técnicas mais avançadas (maior resolução e possibilidade de HD) o Vimeo ganhou uma reputação de atrair sobretudo público artístico e culto.³¹

²⁹ <http://current.com/s/faq.htm>, Current, acedido em 30-09-2010

³⁰ <http://vimeo.com/>

³¹ <http://www.vimeo.com/blog:140>, Vimeo Blog acedido a 07-01-2009

Metacafe³²

Esta plataforma baseia-se no conceito de comunidade de partilha de pequenos vídeos de entretenimento. O Metacafe foi criado em 2003 em Tel Aviv por Eyal Hertzog e Arik Czerniak. Ao contrário das plataformas tipo YouTube este site não permite que qualquer tipo de vídeo seja alojado. A política do Metacafé baseia-se em 3 linhas: formatos pequenos de filmes totalmente originais e construídos propositadamente para a Internet (não maiores que 90 segundos); entretenimento puro focado em impressionar e fazer rir (não existem histórias complexas, conversas de webcam ou vídeos pessoais); e controlado pela audiência, isto é, a comunidade produz, selecciona e premeia os vídeos. Segundo informações no seu site cerca de 80000 voluntários fazem uma primeira selecção dos vídeos e através de um sistema de votação os vídeos são depois alojados e premiados em dinheiro.

Em termos tecnológicos também o Metacafe se baseia no formato FLV (*Adobe Flash Player*) para a codificação dos vídeos.

Sapo Vídeos³³

O Sapo Vídeos é o maior exemplo de uma plataforma semelhante ao YouTube em Portugal.

Trata-se de uma secção inerente ao portal Sapo. Foi lançado em Dezembro de 2006 como um site de vídeos pensado para o público português, tendo por base uma lógica de parcerias com empresas como a SIC, BWIN Liga e a Sony BMG.³⁴ Começou com um número de vídeos relativamente grande (15,000) porque evoluiu a partir do Sapo XL o canal de banda larga do Sapo (este canal já continha vídeos e outros conteúdos multimédia como música e emissões directas de rádio e TV).³⁵

Ao mesmo tempo o Sapo Vídeos apostou na disponibilização de ferramentas para os utilizadores fazerem uploads dos seus vídeos e construírem os seus canais. De resto o

³² <http://www.metacafe.com/>

³³ <http://videos.sapo.pt>

³⁴ <http://sapovideos.blogs.sapo.pt/2006/12/>, Sapo, acedido em 07-01-2009

³⁵ http://ajuda.sapo.pt/bandalarga/sapo_xl/geral/O_que_o_SAPO_XL_.html, Sapo, acedido a 14-01-2009

Sapo Vídeos apresenta funcionalidades de Web 2.0 como votação, comentários e a possibilidade de *embed*.

3.2.4.2. Ferramenta de suporte à criação do UGCs

Um dos principais problemas na criação de conteúdos audiovisuais pelos utilizadores é a sua edição. Muitos utilizadores comuns não têm conhecimentos técnicos para trabalhar com programas de edição avançados e, para além disto, estes são normalmente dispendiosos. A maior parte dos utilizadores quer fazer apenas uma edição simples, cortando as partes desnecessárias dos pequenos vídeos que constroem. Neste sentido surgiram algumas soluções online de edição facilitada que passamos a referir seguidamente.

Os exemplos mais conhecidos são o *JumpCut*³⁶, o *JayCut*³⁷ e o *Kaltura*³⁸. São plataformas semelhantes que permitem que se faça o upload de vídeos e a sua simples edição a partir do *browser* de Internet dos seus utilizadores. A maior diferença entre eles é que o *JumpCut* não possibilita a exportação para outras plataformas sendo o vídeo alojado na própria plataforma do site. O *JumpCut* foi adquirido pelo Yahoo! em Outubro de 2006, e em Dezembro de 2008 foi anunciado que não seriam permitidos uploads de novos conteúdos³⁹. Já o *JayCut* e o *Kaltura* permitem que os vídeos sejam exportados para plataformas tipo YouTube e permitem também o *download* directo dos mesmos.

Para projectos mais ambiciosos, que necessitam de um pouco mais de planeamento, existem soluções online e em *opensource* no sentido de criar guiões técnicos e até pequenos *storyboards*. Em termos de soluções *opensource* referimos, a título de exemplo, o *Cinergy Script Editor*⁴⁰, o *Celtx*⁴¹ e uma solução online que é o *PlotBot*⁴². Todos estes oferecem ferramentas simplificadas para produzir guiões bastante profissionais.

³⁶ <http://jumcut.com>

³⁷ <http://jaycut.com/>

³⁸ <http://corp.kaltura.com/>

³⁹ <http://www.jumpcut.com/upload/>, JumpCut, acedido em 08-01-2009

⁴⁰ <http://cinergy-script-editor.software.informer.com/>

⁴¹ <http://celtx.com/>

3.2.5. Características e Popularidade dos UGCs audiovisuais

Após a apresentação das principais plataformas vamos tentar perceber o que é que realmente acontece dentro destas, em termos da criação e visualização dos UGC audiovisuais. Esta análise permite-nos perceber profundamente as características de funcionamento dos UGC.

Um estudo de Agosto de 2007 (Cha et al., 2007) tenta mostrar algumas das características intrínsecas e definidoras dos UGC audiovisuais por comparação com os conteúdos audiovisuais profissionais. Para isso usou dados obtidos a partir do YouTube, já líder na área nessa época. Segundo este estudo, uma das características dos UGCs é o seu rápido crescimento. Na altura o YouTube alojava cerca de 100 milhões de vídeos distintos, com cerca de 65,000 *uploads* diários e com tendência de crescimento. Tendo em conta que a IMDb, a maior base de dados online sobre filmes de cinema e episódios de TV produzidos desde 1988 continha 963,309 títulos e que o YouTube apresentava cerca de 65,000 *uploads* diários, isto quer dizer que bastavam 15 dias para o YouTube produzir o mesmo número de vídeos contidos nessa base de dados. Devemos notar que os vídeos alojados no Youtube são substancialmente mais pequenos que os apresentados no IMDb e que nem todos poderão ser considerados UGCs, ainda assim isto dá-nos uma ideia da rapidez do crescimento deste tipo de conteúdos.

É necessário ter em conta também que os UGC, em geral, requerem menos esforço na sua criação, quando comparados com conteúdos não UGCs. Ainda que existam muito mais criadores distintos de UGCs, a média de criações por autor parece ser bastante semelhante à produção profissional – cerca de 90% dos realizadores de cinema produzem menos de 10 filmes e cerca de 90% dos produtores de UGC produzem menos de 30 vídeos. Ainda assim, este estudo refere que existem casos de produtores UGC com mais de 1000 vídeos publicados.

O mesmo estudo de Cha (Cha et al., 2007) refere também que apesar de algumas ferramentas Web 2.0 estarem disponíveis no YouTube, a efectiva utilização destas por parte dos utilizadores era ainda fraca. Embora 54% de todos os vídeos fossem votados, isso representava apenas 0.22% do total de visualizações. Já os comentários, que

⁴² <http://www.plotbot.com>

requerem um pouco mais de disponibilidade, representavam 0.16% de todas as visualizações. Segundo este estudo isto era uma característica transversal a todas as plataformas do género. A título comparativo retirámos dados de um projecto de vídeo que nos é próximo. Trata-se de uma série de episódios de ficção em vídeo com o nome “Carne pra Canhão” que se encontra presente na plataforma Sapo Vídeos. Este projecto foi publicitado e tem algum apoio por parte do Sapo, nomeadamente no que toca ao destaque dentro da plataforma. Dados recolhidos relativamente aos 4 primeiros episódios (episódio 0 a episódio 3, de 16 de Novembro de 2008 a 15 de Janeiro de 2009) mostram que todos os vídeos foram votados. Isto deve-se provavelmente à promoção e destaque de que estes vídeos beneficiam à partida. Neste caso, a média das percentagens de votos comparativamente com as visualizações é de 2.21%, um valor bastante superior ao referido no estudo sobre o Youtube. Mais uma vez este facto poderá ser atribuído à activa promoção do projecto. Já no aspecto dos comentários estes representam 0.08%, das visualizações o que fica um pouco abaixo dos números do estudo do YouTube. O facto de os comentários obrigarem ao registo e a questão adicional de ser necessário identificar as “letras desfocadas” (medida de segurança contra *bots*) podem ajudar a explicar esta variação.

Segundo uma sondagem telefónica da PewInternet realizada nos EUA em Junho de 2009⁴³, cerca de 7 em cada 10 utilizadores (69%) adultos usaram a Internet para visualizarem vídeos. Em relação a criação e publicação de vídeos, o relatório da sondagem refere que 1 em cada 7 utilizadores (14%) já realizaram *uploads* de vídeos para a Internet, um crescimento de quase o dobro em relação aos dados da sondagem de 2007 realizado pela mesma empresa. A publicação de vídeos é bastante mais expressiva na população abaixo dos 50 anos. Cerca de 18% de utilizadores entre os 18 e os 29 anos publicaram vídeos na Internet para apenas 10% de utilizadores acima dos 50 anos. No entanto, comparativamente a dados de 2007 notou-se uma subida no grupo dos 30 aos 49 anos que atingiu os 17% ficando assim próximo do grupo dos 18-29 anos. Relativamente ao género as mulheres aproximaram-se dos homens não havendo disparidade nos dados.

⁴³ <http://pewinternet.org/Reports/2010/State-of-Online-Video.aspx>, PewInternet, acedido em 12-02-2010

Em termos de conteúdos publicados a categoria mais popular é a dos vídeos caseiros (*home vídeos*) com 62% de utilizadores a fazerem *uploads* deste género que se insere dentro dos UGCs. As categorias que se seguem são vídeos de viagens com 24%, vídeos de *clips* de programas de TV ou filmes de cinema (geralmente não inseridos dentro dos UGC portanto) igualmente com 24%, filmagens de concertos ou outras performances com 17%, filmagens de eventos desportivos com 15%, remisturas de vídeos encontrados *online* com 13% e vídeos de carácter político criado pelos utilizadores com 3%. (PewInternet, 2010)

3.2.6. Desafios aos UGCs

Existem diversos desafios relacionados com os UGCs, desde conseguir alojar a quantidade de informação que estes representam e que necessita de melhores formas de distribuição, às questões estruturantes de novas cadeias de valor e estratégias de negócio. No entanto, neste estudo, interessa-nos um tema muito mais próximo do criador de conteúdos. Trata-se da questão dos direitos de autor.

Como vimos anteriormente, muitos dos conteúdos audiovisuais criados pelos utilizadores são remisturas. Isto quer dizer que os utilizadores muitas vezes usam material protegido por *Copyright* juntamente com material produzido directamente por eles próprios, para criar algo novo. No entanto, este tipo de acção não é pacífica, uma vez que muitas empresas detentoras de direitos sobre o material usado consideram que estes são actos de pirataria, tentando combatê-los usando todos os recursos ao seu dispor.

Larry Lessig tem sido a voz da luta pelos direitos do uso de outros trabalhos como base para construir o novo, para construir o futuro. Em diversas conferências, Lessig tem anunciado aquilo que tem descrito como controlo excessivo por parte das empresas detentoras dos direitos de *Copyright*.⁴⁴ Lessig defende que as remisturas e derivações de

⁴⁴ <http://randomfoo.net/oscon/2002/lessig/free.html> e

http://www.ted.com/index.php/talks/larry_lessig_says_the_law_is_strangling_creativity.html, Larry Lessig, acedido em 08-01-2009

trabalhos não são pirataria, e afirma que tendo em conta que nem o governo nem as empresas querem ceder nestas exigências, que devem ser os utilizadores e os próprios artistas a lutar por esta “cultura livre” Uma das alternativas que propõe e que ajudou a fundar é a Creative-Commons. Trata-se de uma organização sem fins lucrativos que permite criar uma base de partilha e de classificação da autoria de trabalhos onde os direitos de uso são mais abertos.⁴⁵

É, ainda, interessante perceber quais os direitos que as plataformas de suporte ao UGC conferem aos seus criadores e as que reservam para si próprias. A maioria das plataformas garante e especifica que os utilizadores retêm os direitos de posse das suas obras, mas que estes, ao publicarem os seus trabalhos, conferem automaticamente àquelas licença para usar o seu trabalho, sem direito a qualquer tipo de compensação. Só não lhes é permitida a venda dos trabalhos. A maioria das plataformas especifica, também, que identificará sempre o autor do trabalho dentro das limitações técnicas possíveis. Algumas plataformas, no entanto, reservam o direito de explorar comercialmente os trabalhos. A maioria dos sites permite-se terminar ou modificar o seu serviço sem aviso prévio. (OCDE, 2007) Além destes direitos mais gerais que a maioria das plataformas segue, existem alguns sites que apresentam variações, devidamente especificadas nos seus termos de uso.

3.2.7. Os UGCs audiovisuais em Portugal

Se a nível global existe pouca informação acerca de UGCs, estudos referentes a Portugal são praticamente inexistentes. É certo que existe produção, como se verifica no número de vídeos existentes na plataforma Sapo Vídeos, mas em termos de um cenário global de UGCs não existe qualquer informação.

É por isso relevante falarmos de um estudo realizado em 2007 por Célia Quico com o título de “Participação nos média e os jovens dos 12 aos 18 anos: estudo de avaliação de um formato ‘cross-media’”. Embora seja um estudo que abrange uma população

⁴⁵ http://www.ted.com/index.php/talks/larry_essig_says_the_law_is_strangling_creativity.html, Creative Commons, acedido em 08-01-2009

relativamente diminuta - 77 participantes dos 12 aos 20 anos- e que não é um estudo focado especialmente nos UGC audiovisuais, apresenta alguns dados interessantes nesta área, decorrentes de questionários efectuados a alunos de três estabelecimentos de ensino do distrito de Leiria. O estudo tinha por base a avaliação de um protótipo de plataforma multimédia. Assim, algumas perguntas foram direccionadas para o sentido participativo e interactivo dos utilizadores. À questão de poderem ou não participar em competições na plataforma, que coloquem à prova o seu talento para fazer vídeos, fotos, músicas relacionadas com a sua terra, 39 dos inquiridos responderam afirmativamente, enquanto 9 não responderam. É certo que esta pergunta não se refere especificamente a conteúdos audiovisuais, mas não deixa de ser relevante que aproximadamente 50% respondessem afirmativamente. À questão de qual seria o interesse em visualizar vídeos (nessa plataforma) que fossem criados por outros utilizadores, numa escala que varia de “muito apelativo” a “nada apelativo”, a resposta foi positiva, com 50 alunos (65%) a responderem que seria “apelativo” e 12 (16%) a responderem “muito apelativo”. Sobre a possibilidade de usarem funcionalidades da Web 2.0, como votar e comentar os vídeos, respectivamente 30% e 26% dos alunos responderam que seria “muito apelativo” e 47% e 51% dos alunos respectivamente responderam que seria “apelativo”. Sobre a possibilidade de fazerem uploads dos seus próprios vídeos, mais uma vez as respostas foram francamente positivas, com 31% dos alunos a acharem essa oportunidade “muito apelativa” e 42% a considerarem-na “apelativa”.

Finalmente, numa questão que se relaciona directamente com o objectivo do projecto deste estudo, é perguntado o quão apelativo seria consultar e aprender através de tutoriais sobre como fazer vídeo. As respostas são animadoras, sendo que 36% dos alunos responderam que seria “muito apelativo” e 47% responderam que seria “apelativo”.

O estudo prossegue tentando perceber quais as “competências e interesse na criação de conteúdos” por parte destes alunos. Mais uma vez, retemos aqui apenas os dados mais relevantes para a questão dos UGC na área audiovisual, tendo em conta que algumas das perguntas podem abranger dados para além desta. Deste modo, 34 alunos responderam que já tinham partilhado criações suas na Internet (vídeos, fotos, textos,

músicas, etc) e 20 responderam afirmativamente a terem remisturado e editado materiais que encontraram online, de modo a criarem um novo trabalho.

Subsequentemente, são abordadas as outras actividades criativas dos alunos, numa escala de interesse (“já fiz isto”, “estou interessado em fazer isto”, “não tenho interesse”, “não sei”). As respostas às perguntas: “Fazer um vídeo com a câmara de vídeo”, “Fazer um vídeo com o telemóvel” e “Editar vídeos no PC” situam-se maioritariamente nos campos “já fiz isto” e “estou interessado em fazer isto”. À questão de terem publicado um vídeo criado por eles na Internet 14 dos inquiridos responderam que já o tinham feito, enquanto 21 estariam interessados em fazê-lo.

Pelos resultados do estudo verifica-se que existia, já em 2007, alguma sensibilidade por parte das camadas jovens para a criação e publicação de conteúdos audiovisuais. Seria interessante que nos próximos anos, estudos mais aprofundados sobre esta matéria surgissem em Portugal. De qualquer forma, este trabalho desvenda muitas das tendências que podem surgir e serem desenvolvidas nesta área, caso seja dada oportunidade para tal aos jovens portugueses.

No sentido de facilitar a visualização destes dados, reunimos numa só tabela (tabela 1), baseada no trabalho original de Célia Quico, os pontos abordados e com interesse para a questão dos UGCs audiovisuais em Portugal.

Achamos pertinente referir ainda uns casos que demonstra a crescente sensibilidade para os UGC, tanto da parte da comunicação social como da parte dos criadores. O primeiro exemplo trata-se da rubrica do telejornal da Sic chamada EuReporter. Para esta rubrica os telespectadores são convidados a enviar as suas notícias, imagens e vídeos via e-mail; as imagens e vídeos passam depois no Telejornal. A participação dos utilizadores com vídeos já é significativa, mostrando uma tendência para a partilha de momentos especiais relacionados com uma época festiva ou um acontecimento fora do normal. Da mesma forma o programa “À noite” na RTPN solicita a participação dos telespectadores de diversas formas sendo possível mandar fotos, textos e vídeos para a rubrica “Você mostra a notícia”.

Tabela criada a partir do estudo original “Participação nos média e os jovens dos 12 aos 18 anos: estudo de avaliação de um formato ‘cross-media’” de Célia Quico, 2007				
Interesse em participar na plataforma do estudo				
	tenho interesse		não tenho interesse	não respondo
Participar em competições que coloquem à prova o meu talento em fazer vídeos, fotos, músicas relacionadas com a minha terra	50%		33%	12%
Interesse nas funcionalidades da plataforma do estudo				
	muito apelativo	apelativo	pouco apelativo	nada apelativo
Ver vídeos de outros utilizadores do site	16%	65%	19%	0
Votar nos videos	30%	47%	23%	0
Comentar os videos	26%	51%	23%	0
Fazer upload dos meus vídeos	32%	42%	22%	4%
Consultar e aprender com os tutoriais sobre como fazer vídeos	36%	47%	17%	0
Criatividade online – actividades já desempenhadas				
Partilhar criações minhas na Internet (vídeos, fotos, textos, músicas, etc)	44%			
Remisturar e editar materiais que encontrei online e fazer um novo trabalho	26%			
Criar conteúdos – práticas e interesse em actividades				
	já fiz isto	tenho interesse em fazer isto	não tenho interesse	não sei
Fazer um vídeo com a câmara de vídeo	45%	29%	14%	5%
Fazer um vídeo com o telemóvel	60%	13%	18%	5%
Editar vídeos no PC	33%	38%	13%	38%
Publicar um vídeo que eu criei na Internet	18%	27%	32%	16%
Criar animações e aplicações interactivas	19%	47%	17%	12%

Tabela 1 - Resumo dos resultados obtidos no estudo de Célia Quico relevantes para a área dos UGCs audiovisuais.

4. O Projecto VT4U

4.1. Origem e contexto do projecto

Como já referido no capítulo 3, os UGCs (User Generated Content) tiveram um crescimento muito grande nestes últimos anos. O Sapo, uma das maiores empresas de serviços na Internet, não ficou alheia a este facto. Como vimos, criou uma plataforma de alojamento de vídeo onde não só oferece conteúdos específicos criados profissionalmente, como também a oportunidade de alojamento de vídeos amadores a qualquer pessoa que se disponha a registar-se no site. Ao mesmo tempo, enquanto empresa, o Sapo interessou-se em criar parcerias com Universidades no sentido de investir nos jovens universitários e de aliar recursos na procura de avanços e inovações na área das novas tecnologias de comunicação. Desse interesse nasceram os *Labs.sapo* dos quais o *Labs.sapo/ua*, presente na Universidade de Aveiro, se instituiu como o protótipo e o “arquitecto” dos laboratórios a instalar em diversas Universidades Portuguesas. O *Labs.sapo/ua* juntou recursos tecnológicos e humanos do Sapo com recursos fornecidos pelo Departamento que cedeu os espaços e restantes departamentos, nomeadamente ao nível de profissionais docentes, alunos e projectos idealizados nos cursos leccionados. Tendo em conta esta ideologia foi acolhido um projecto que surgiu no Mestrado de Comunicação Multimédia no ramo audiovisual no âmbito da criação de conteúdos audiovisuais a disponibilizar na Internet. O projecto em questão, idealizado por quatro estudantes, chama-se *Carne P’ra Canhão* e consistia na produção de uma série de ficção em vídeo destinada à publicação em plataformas online. Era assim um projecto com algumas características de UGC que se adaptava à necessidade do Sapo de obter conteúdos próprios para a sua plataforma online de vídeos. Ao mesmo tempo que explorava a melhor forma de apoiar o *Carne P’ra Canhão*, os diversos intervenientes do *Labs.sapo/ua* aperceberam-se do potencial dos UGC como conteúdos de valor dentro da plataforma Sapo Vídeos. Acharam que seria interessante promover a criação de novos conteúdos UGC audiovisuais e fornecer para isso ferramentas que permitissem ao público amador ganhar o *know-how* necessário a uma realização de qualidade desses conteúdos.

Neste sentido, pensou-se que o projecto Carne Pr'a Canhão poderia servir como base de apoio à conclusão de um duplo objectivo: o de despertar o interesse dos utilizadores para a criação de conteúdos audiovisuais e o de educar e fornecer dicas aos mesmos no sentido de aumentarem os seus conhecimentos de produção audiovisual e, como consequência, contribuir para melhorarem a qualidade geral dos conteúdos produzidos e publicados na plataforma do Sapo. Assim, o *Labs.sapo/ua* lançou o desafio de um novo projecto com o objectivo principal de atrair e formar os utilizadores comuns da sua plataforma vídeos, de forma a contribuir para aumentar a quantidade de vídeos publicados e de salvaguardar a boa qualidade destes. Esse novo projecto, de nome VT4U (leia-se Vídeo Tutorial For You) foi-nos atribuído, a mim e à minha colega e investigadora Sónia Roque, tendo sido aceite e acarinhado pelos dois com muito interesse



Figura 1 – Página do projecto Carne p'ra Canhão no Sapo Vídeos.

4.2. Fase preparatória do projecto

As directrizes iniciais do projecto, definidas pela equipa do Sapo Labs, eram bastante abertas:

- Criar um conjunto de tutoriais em vídeo, sobre vídeo para a *Web*, para um público não especializado na área dos audiovisuais. Os tutoriais deveriam ser informais mas contendo informação técnica relevante.

À partida estas linhas orientadoras apenas apontavam para as questões de conteúdo técnico e formativo a exibir nos tutoriais. Uma das nossas primeiras preocupações foi pois determinar que conteúdos apresentar e como os organizar. No entanto, apercebemo-nos imediatamente de que o modo de apresentação e de organização deveria ir além dos tutoriais vídeo. Era preciso criarmos um ambiente onde os tutoriais seriam apresentados, não só internamente (cenários de exibição dos conteúdos no vídeo) mas também externamente (plataforma para inserir os tutoriais vídeo). Tendo em conta estes factores, achámos que seria importante definir um conceito forte para a apresentação geral do projecto. Uma imagem cuidada e uma abordagem temática pareceu-nos ser a melhor forma de atrair o público e de dar credibilidade ao projecto. Devemos aqui salientar o facto de que a equipa possuía os recursos académicos necessários à criação e edição de um conceito imagético apelativo. Trabalhámos assim simultaneamente em dois pontos:

- 1- na condução de pesquisas, no sentido de estabelecer um plano organizado dos tutoriais – os conteúdos a serem apresentados, a forma de os apresentar e a sua calendarização de criação e publicação

- 2- criação de um conceito holístico para o projecto – nome, logótipo, estilo e apresentação.

4.2.1 Público-Alvo

Ainda que à partida, e de acordo com as directrizes do Sapo, o público-alvo fosse todo o público não especializado com interesse e acesso à Internet, e que identificámos acima como “utilizador comum”, achámos necessário caracterizar melhor o público primário do projecto. Nesta definição, um ponto de partida que se revela interessante é o facto de a

apresentação do projecto ser feita na língua portuguesa. Desde logo reduzimos o público-alvo para os falantes de português. Cremos que o facto de o projecto ser em português é importante, no sentido em que existem muito poucos tutoriais na área do audiovisual nesta língua, enquanto já existe um número substancial de tutoriais noutras línguas, principalmente em inglês. Assim, dirigimo-nos de uma forma privilegiada ao público com poucas capacidades linguísticas além do português, que poderá beneficiar desta forma de abordagem.

Um segundo ponto na caracterização do nosso público destinatário é o da faixa etária. Muito embora existam utilizadores de todas as idades parece-nos natural que os mais jovens, como, por exemplo, os alunos do terceiro ciclo e os do secundário, sejam uma parte importante da população interessada. Para estes, torna-se por vezes difícil informarem-se sobre conteúdos específicos da área, sobretudo no que toca a questões técnicas em que a linguagem se complexifica. Assim, tomámos como referência um intervalo etário dos 12 aos 20 centrando a nossa apresentação na idiossincrasia deste público.

O projecto desenvolvido teve portanto em conta estas reflexões relativamente ao público-alvo, tendo sido planeado para ser apelativo e compreensível para os mais jovens daquele intervalo.

4.2.2. Nome e Imagem

Encontrar um nome sugestivo foi uma preocupação que procurámos resolver desde início. Queríamos um nome que se relacionasse com a criação de UGCs, que identificasse facilmente algo referente a tutoriais e que fosse apelativo. A escolha recaiu sobre a sigla VT4U cuja sonoridade achámos interessante tanto em português como em inglês. A sigla representa a expressão *“video tutorials for (4) u”* (tradução – *Tutoriais Vídeo para ti*), pensada numa abordagem informal e descontraída tendo em conta os objectivos do projecto e a área em que pretende implantar-se. Cremos que o “u” aqui pode ganhar um duplo significado: em termos de sonoridade anglófona representa o “you” (tu, ti) e enquanto letra de sigla representa também a palavra “user(s)” que se encontra

intimamente ligada à sigla UGC (User Generated Contents). A expressão pode ainda tornar-se um pouco mais formal ao ser entendida como “video tutorials for users”.



Figura 2- Logótipo criado para o projecto VT4U

A criação do logótipo foi equacionada em função da sigla de forma a aumentar o potencial do nome enquanto componente de atracção e ao mesmo tempo no sentido de apontar para a qualidade e credibilidade do projecto. Apostámos num logótipo dinâmico e moderno tendo em conta o público-alvo e o meio onde seria inserido.

4.2.3. Planeamento dos tutoriais

Para planear os tutoriais vídeo foi essencial desenvolver uma pesquisa demorada de exemplos da área do audiovisual. Tendo em atenção que a área formativa, no que toca ao audiovisual na óptica dos UGC para a *web*, estava ainda pouco desenvolvida, centrou-se a análise em trabalhos profissionais da área, essencialmente em contributos para a área do cinema em geral e não especificamente para os audiovisuais na Internet.

Definimos a partir dessas pesquisas os três momentos cronologicamente sequenciais relativos ao processo global de criação de conteúdos audiovisuais que categorizam a matéria educativa desta área: pré-produção, produção e pós produção. Para cada um destes momentos pesquisámos e analisámos a informação mais relevante a transmitir nos tutoriais, dividindo-a posteriormente por número adequado de “episódios”:

- Pré-Produção – 2 episódios/tutoriais – Informações sobre a criação de uma história e a escrita de guiões assim como a aquisição e preparação de equipamento para filmar.

- Produção – 2 episódios/tutoriais – Informações sobre a montagem do espaço de filmagem com especial enfoque na iluminação assim como instruções sobre o processo de filmar, evidenciando regras e dicas pertinentes.

- Pós-Produção – 3 episódios/tutoriais – Informações sobre edição do material filmado, truques e efeitos adicionais e por fim exportação e publicação.

Desta forma, planeámos 7 episódios/tutoriais contendo os conteúdos educativos mais relevantes. Devemos salientar que, devido à grande quantidade de informação pesquisada e seleccionada, se verificou que os tutoriais não poderiam incluir toda a informação necessária. A solução seguida foi a de associar a cada tutorial material adicional, criado para ser apresentado ao lado deste, ainda que pudesse ser visualizado de forma independente. A esses materiais demos o nome de “extras” e para facilitar o seu acesso dividimo-los em quatro tipologias: vídeo, texto (documentos), imagens e *links* (hiper-ligações).

Para além dos 7 tutoriais contendo todo o material informativo/formativo achámos interessante criar mais 2 tutoriais – apresentação e despedida – de forma a inserir os tutoriais num contexto mais rico e divertido e a criar uma narrativa de apresentação.

4.2.4. Ambiente de apresentação

Como já foi referido neste capítulo, uma das nossas preocupações foi a de criar um conceito imagético forte para a apresentação dos tutoriais. Este conceito tinha de ser transversal às diversas exigências visuais do projecto: instrumentos de apresentação, cenários, plataforma online, elementos gráficos dentro dos vídeos e todos os materiais extra. Desta forma, procurámos que todo o ambiente de apresentação se mostrasse homogéneo e interligado através de elementos visuais e conceptuais comuns.

4.2.4.1. Pivô: Berta Claquete

A determinação do pivô dos tutoriais revelou-se como um dos passos mais importantes para a construção do ambiente de apresentação, tendo influenciado muitos

dos outros elementos que o constituem. O pivô seria um elemento comum e sempre presente nos tutoriais e como tal pensámos que para se construir um conceito imagético forte era necessário centrarmo-nos na sua definição.

O único limite que tínhamos à partida para a definição do pivô era que este teria de ser um dos dois membros da equipa de trabalho. A escolha recaiu sobre a minha colega Sónia Roque devido às suas qualidades dramáticas. Decidido isso, passámos para a definição ficcional do pivô. Queríamos uma personagem que permitisse ensinar as questões técnicas do audiovisual com credibilidade mas que fosse divertida e apresentasse os conteúdos de uma forma muito própria e informal. Dessa vontade nasceu a personagem Berta Claquete - procurou-se um nome no sentido de ser algo cómico mas que apontasse para a área do audiovisual. Berta apresenta-se como uma verdadeira “fanática” do cinema, uma fã com uma personalidade vincada e um estilo muito próprio. Definimos o *look* de Berta através do estereótipo “geek” em que os óculos de massa se tornam o acessório de distinção. Como símbolo, os óculos tornar-se-ão uns dos elementos visuais comuns às várias partes do projecto. Para além dos óculos, Berta apresenta-se ao público de cabelo apanhado vestida com um garrido vestido de malha vermelho que sobressai sobre o resto da vestimenta de cor negra. Para além da imagem física de Berta criámos também um pequeno esboço da sua história de vida para ajudar na definição da sua personalidade:

“Possível história: Berta poderia ser a maior estrela portuguesa em Hollywood mas na verdade entrou em montes de filmes conhecidos de uma maneira que ninguém pode reconhecê-la. É que Berta acabava sempre por participar como uma figurante ou personagem menor perdida no meio de tantos outros. Ainda assim Berta apresenta-se como a maior estrela portuguesa que aprendeu os truques todos dos melhores actores e realizadores. Sim, porque apesar de actriz, Berta quer mesmo ser uma grande realizadora-actriz (estilo Kevin Costner). Berta é super versátil em tudo o que faz. Tem um QI de 300 (nós sabemos que não existe mas é o que ela diz) o que não impede que ela seja bastante dada ao acidente.

Berta nasceu em 1970 como Roberta Manoela (com “o”) de Oliveira, e desde cedo sabia que ia ser uma estrela! Nascida no seio de uma família nobre de Ós (lê-se OZ) de Baixo, filha de Henrique Manuel Sebastião de Oliveira e Isabel Nunes de Sá Castro. Em miúda representou como menino Jesus no Presépio Vivo da Paróquia de Ós de Baixo. Daí ao estrelato foi um pequeno passo. Participou e encantou nos pequenos cantores da RTP. E foi pulando entre programa de amadores

até que o seu pai (farto de a aturar) pagou-lhe a tão desejada viagem a Hollywood. Agora Berta volta a Portugal para permitir a todos viverem o seu sonho!

Apesar disto tudo, Berta sabe realmente sobre cinema e dedicou horas a essa sua obsessão.



Figura 3 – Exemplo de filme de Berta

Exemplo de participação de Berta num filme famoso (Forrest Gump). Outros possíveis exemplos de situações de filmes famosos onde ela aparece mas de uma maneira que ninguém nota – saco preto de cadáver, de costas para a personagem principal numa ambiente de bar, zombie desfigurado, morgue – pés com etiqueta.

Ainda que apenas algumas partes desta história tenham sido partilhadas com o público, a sua criação foi indispensável e permitiu que a personagem crescesse ao longo dos tutoriais com limites definidos. O esboço do *background* da história de vida de Berta serviu como uma espécie de guião para as atitudes, tipo de humor e devaneios da personagem a que podemos assistir nos tutoriais.

Em termos de personalidade Berta apresenta-se como uma optimista por natureza, segura de si, extrovertida e com uma pitadinha de arrogância.



Figura 4 – Berta Claquete

4.2.4.2. Cenário das Filmagens

O cenário, a seguir ao pivô, é um dos elementos mais presentes nos tutoriais e por isso a sua conceptualização e construção foi o passo que se seguiu. À nossa disposição tínhamos uma sala onde já estava montada alguma iluminação e que já era usada para diversas produções audiovisuais. Escolhemos um canto da sala que permitia realizarmos as nossas filmagens nas suas características técnicas e construir um pequeno cenário dentro da temática que estávamos a definir, sobre duas paredes e um pedaço de soalho. Era importante que o cenário complementasse a “imagem” que começamos a definir com o perfil de Berta Claquete. O cenário a construir deveria ser, logicamente, um espaço que permitisse a gravação dos episódios nas suas exigências técnicas, mas para além disso teria de associar-se ao pivô, Berta Claquete, de uma forma natural e ainda apontar de alguma forma para o tema dos tutoriais: o audiovisual. Concretizamos esses objectivos ao criar um espaço que fosse como que o quarto de Berta, que de acordo com o seu retrato visual e personalidade, se caracterizou por um aspecto *pop* decorrente do movimento artístico americano dos anos 50 do século XX, a *Pop Art*, que entre os seus temas principais usou o audiovisual, nomeadamente o cinema e a TV, como matéria-prima. O elemento mais óbvio desta influência, presente no cenário que criamos, é também o elemento que aponta para o tema audiovisual. Trata-se de um quadro com imagens de câmaras digitais tratadas à maneira do artista *pop* Andy Warhol que colocámos na parede

principal do cenário. Da mesma forma, as cortinas que cobrem a segunda parede aludem ao imaginário *pop* pelas Bandas Desenhadas coloridas que a cobrem e que se associam ao movimento artístico. As cores fortes e vibrantes foram uma escolha reflectida, não só pela questão *pop* como também pelo próprio vestuário de Berta e pelo ambiente positivo e rico que queríamos para as filmagens. Decorrente disso, pintámos a parede principal de amarelo e cobrimos o chão com uma tapete vermelha. Para finalizar acrescentamos uns *puffs* coloridos e uma cadeira preta e verde para Berta se sentar em algumas cenas.



Figura 5 – Cenário VT4U

4.2.4.3. Plataforma online

Planeamos a plataforma online em simultâneo com a criação da personagem de Berta e conceptualização do cenário já descrito. O sítio web seria o suporte virtual dos tutoriais e como tal uma face muito visível de todo o projecto. Para o construirmos tivemos de

trabalhar em cooperação com os recursos humanos técnicos do Sapo e ter em consideração os limites técnicos das páginas de vídeos do Sapo onde se inseriria. A estrutura geral foi por isso baseada nas páginas já existentes no Sapo Vídeos mas em termos visual baseamo-nos nos elementos imagéticos que já tínhamos definido: logótipo do projecto, aspecto de Berta e elementos e cores do cenário. Desta forma os “anéis” do logótipo tornam-se elementos visuais caracterizadores e os óculos aparecem como a marca pessoal de Berta Claquete na página formando um conjunto facilmente associável ao conceito *pop* que já tínhamos definido para o cenário.



Figura 6 – Plataforma online do projecto VT4U no Sapo Vídeos

Para além de servir como suporte dos tutoriais a plataforma online precisava de suportar os “extras”. Tendo em conta que não poderíamos à partida saber todos os requisitos necessários para os “extras” optámos por criar uma área destacada no site com *links* visuais, originais e personalizados dentro da temática já definida, para mais tarde

criarmos com os nossos próprios recursos um site paralelo que abrigasse todos os documentos adicionais necessários. Os vídeos criados como “extras” aparecem ainda na secção de navegação de vídeos da página online.

4.2.4.4. Genérico

De forma a ligar os diversos tutoriais e a criar uma noção de continuidade decidimos introduzir um genérico, enquadrado na construção da narrativa imagética referida anteriormente. Assim, enquanto objecto dessa narrativa, o genérico agrega os elementos imagéticos principais descritos: Berta, o cenário e o logótipo do projecto. Devido ao seu média, o genérico permitiu a atribuição de movimento a esses elementos o que lhes deu uma maior dinâmica e lhes conferiu por isso mais força. O genérico é também o primeiro elemento a incluir som, permitindo reforçar o conceito de optimismo e alegria pretendido para o projecto e que era já um dos pontos-chave da personalidade de Berta Claquete. A melodia escolhida é alegre e descontraída lembrando um pouco um ambiente artístico popular.



Figura 7 – Frame do genérico dos tutoriais

4.2.4.5. Elementos nos tutoriais e “extras”

No planeamento dos tutoriais, percebemos a necessidade de criar elementos gráficos, a incluir na edição dos mesmos, a fim de apoiar a explicação de alguns tópicos. Assim, diversos elementos gráficos que aparecem dentro dos tutoriais ficaram à partida definidos e foram posteriormente desenvolvidos segundo as temáticas imagéticas já referidas, de forma a dar continuidade ao conceito visual escolhido. O uso de cores associadas ao site, da fonte tipográfica do logótipo, dos óculos e do retrato de Berta foram algumas das formas de concretizarmos essa continuidade.

Da mesma forma, os diversos documentos “extra” que teríamos de criar dariam espaço a elementos gráficos que reforçassem toda a imagética do projecto.



Figura 8 – Separador de título do tutorial #4: edição mãos de tesoura

4.3. Estrutura e processo de criação dos tutoriais

Após todo o processo geral de planeamento e preparação começámos a concepção e filmagem dos episódios/tutoriais específicos de cada tema. Para cada tutorial escrevemos os guiões, criámos materiais particulares para cada episódio, realizámos os vídeos e finalmente editámos o material filmado, tudo segundo um calendário apertado tendo em conta as exigências de prazos da entidade dinamizadora do projecto. Durante este

processo definimos a estrutura técnica dos tutoriais e um estilo de apresentação adequado às necessidades do projecto e à personalidade de Berta. Muito embora a estrutura geral dos tutoriais estivesse definida a partir do primeiro tutorial (tutorial 0), isso não impediu que empreendêssemos uma evolução em alguns pontos da sua forma. Assim, os tutoriais foram sendo revistos de episódio para episódio e alterados, na medida do possível, fruto de conselhos e críticas construtivas, directas e indirectas.

4.3.1 Operacionalização

Com a excepção do episódio de apresentação “Olá” e do tutorial #0, que serviram sobretudo como testes, os restantes tutoriais foram lançados num espaço de dois meses saindo um episódio por semana - geralmente à terça-feira, ainda que alguns atrasos ou *updates* dos ficheiros para a correcção de pequenos erros fizessem adiar as datas apresentadas na plataforma online. Os prazos de lançamento apertados exigiram que operacionalizássemos todas as tarefas de uma forma eficaz, dividindo-as entre os dois membros da equipa. Os diferentes passos de produção/realização passavam pela redacção do guião e pesquisa específica para os temas e tópicos abordados, criação de material a ser usado nas filmagens, filmagens, edição das filmagens e criação de conteúdos para os “extra”. Executámos algumas destas tarefas individualmente de forma a maximizar o tempo. A equipa de coordenação de projecto foi seguindo o processo sugerindo diferentes rumos ou pequenas alterações.

A semana de trabalho, construção de um tutorial a ser lançado na terça-feira e preparação e filmagem do próximo, a ser lançado na terça-feira seguinte, organizou-se da seguinte forma:

Segunda-feira:

- Análise das filmagens capturadas na semana anterior (normalmente já organizadas em *clips*) e edição das mesmas no *Adobe Premiere Pro*.
- Criação de grafismos e procura de sons específicos para o tutorial a ser editado.
- Construção de “extras” com referência ao tutorial a ser publicado.

- Pesquisa e início de redacção do guião em CeltX (software de escrita de guiões) para o tutorial a ser filmado na semana corrente.

Terça-feira:

- Continuação e finalização da edição das filmagens da semana anterior. Publicação do tutorial na plataforma online.

- Finalização e publicação dos “extras” referentes ao tutorial da semana.

- Continuação e finalização da primeira versão do guião e envio à coordenação de projecto.

Quarta-feira:

- Discussão do guião, alterações conforme sugestões da coordenação de projecto e finalização do mesmo.

- Criação dos materiais específicos necessários às filmagens da semana.

Quinta e Sexta-feira:

- Remontagem do cenário, montagem de iluminação específica e filmagens do tutorial da próxima semana.

4.3.2 Estilo

Pretendemos que todos os tutoriais fossem caracterizados por um estilo de realização e apresentação que lhes conferisse um carácter de episódios de uma mesma série. O estilo que definimos teve origem não só nos conceitos gerais que definimos para o projecto e dos quais já falámos, mas também nos limites técnicos da produção - apenas uma câmara de filmar e espaço de filmagens relativamente pequeno.

Estes limites colocaram-nos um desafio - conseguir garantir uma dinâmica apesar de planos. Se por um lado manter a câmara fixa num ponto e num plano tornaria os tutoriais muito “parados”, por outro o espaço não nos permitia movimentos de câmara muito amplos. A solução passou por usar saltos de plano, conhecidos por *jumpcuts*, técnica

caracterizada pela súbita mudança do plano do pivô. Esta técnica poderia ser conseguida pela deslocação de Berta no espaço do cenário ou pela movimentação da câmara em apenas um eixo longitudinal ou ainda pelo uso do zoom óptico da câmara, flexibilizando assim as nossas opções de trabalho. Assim, a técnica de *jumpcut* é a que mais caracteriza o nosso estilo de realização sendo visível o uso de sobretudo três planos: um plano médio/afastado (plano americano), um plano muito aproximado (grande plano) e um plano intermédio (plano médio) entre estes. Com esta técnica conseguimos criar uma maior dinâmica no vídeo e potenciar a acção dramática do pivô. De notar que, o plano mais aproximado permitiu que Berta pudesse falar de forma mais “próxima” com os espectadores reforçando momentos como a passagem de lembretes ou indicação dos “extras” existentes na plataforma online.

Sempre que possível e necessário usámos exemplos práticos de tarefas em que o pivô aparece em planos diferentes dos usuais ou desaparece completamente para dar lugar a outros elementos representativos.

Outros elementos caracterizadores do estilo são a aparição de elementos gráficos durante as explicações de Berta, reforçando a dinâmica das imagens e permitindo uma visualização e compreensão mais facilitadas, bem como a inclusão de separadores de conteúdos, que dividiram os diferentes tópicos tratados em cada tutorial, facilitando a organização dos conteúdos e servindo mais uma vez como um agente dinamizador do vídeo, oferecendo uma pausa das imagens do cenário e de Berta.

Quanto ao estilo da apresentação propriamente dita, Berta apresenta um discurso claro, mais pausado nos tempos do discurso explicativo e envolvente nos tempos da narrativa. Entre as explicações técnicas Berta Claquete introduz toques de humor e cria alguns rituais que repete durante os diferentes tutoriais. A partir do tutorial #1 Berta inicia todos os tutoriais com “*Olá, Olá! Bem-vindos a mais um tutorial sobre como fazer vídeos...*” seguido de um adjectivo diferente em cada episódio como por exemplo “*genial*”, “*fantástico*” ou “*sensacional*”. Ao terminar um tutorial despede-se sempre da mesma forma: “*do meu humilde estúdio para o mundo, boas ‘claquetadas’*”. Estes pequenos rituais ajudam a que a personalidade de Berta passe de uma forma mais vincada para os espectadores e demonstram o espírito de cinéfila e de humor da pivô. O

gosto pelo cinema e os audiovisuais está também patente no título de cada tutorial que aparece num primeiro separador. O nome do pivô Berta Claquete no topo e a frase “baseado em tudo e mais alguma coisa” na parte inferior são elementos repetidos em todos os separadores de título, aparecendo depois entre estes o título do tutorial, que é baseado em títulos de filmes ou de séries de TV, como por exemplo, “Em busca da história perdida” (Em busca da esmeralda perdida) ou “Edição mãos de tesoura” (Eduardo mãos de tesoura).

Em termos sonoros usámos uma base de sons de piano suaves e alegres assim como efeitos sonoros específicos para aumentar o efeito dramático de alguns conteúdos. Existe uma melodia subtil em piano que se repete durante toda a apresentação de Berta servindo como um fundo musical caracterizador da apresentadora. Nos separadores aumentámos o som e colocámos uma melodia mais alegre e dramática. Muitos dos efeitos gráficos que aparecem são também acompanhados por um som, seja mais uma nota em piano seja um efeito sonoro realista adequado à ilustração que mostramos no momento.

4.3.3 Recepção e processo evolutivo

À medida que publicámos os tutoriais, ficando estes disponíveis ao público, registámos críticas e sugestões que iam sendo colocadas, quer por parte da coordenação de projecto quer pelo público em geral. Desta forma, dispondo dos dados antes do lançamento do tutorial seguinte, procurámos ter em conta as sugestões que iam sendo feitas, embora nem sempre fosse possível concretizá-las. Em geral, as críticas referem-se a questões técnicas particulares, como ao som ou a questões mais secundárias dos aspectos formais da apresentação como a duração dos tutoriais, o ritmo e exemplificações. Parece-nos portanto pertinente referir, ainda que sucintamente, em que medida os tutoriais evoluíram tendo em atenção as críticas e sugestões.

O primeiro episódio que publicámos, denominado “olá”, teve como objectivo apresentar Berta Claquete como pivô dos tutoriais mas também testarmos as questões técnicas das filmagens: iluminação, câmara, cenário e a própria imagem de Berta

Claquete. Por exemplo, o som demasiado baixo foi apontado pela coordenação de projecto como o principal problema, mas percebemos que podíamos melhorar outros aspectos, como a iluminação do cenário e a inclusão de mais elementos gráficos.

O segundo episódio - tutorial #0 - foi o nosso primeiro teste do formato enquanto vídeo de formação. Em termos externos, o objectivo era educar sobre o processo de criação de uma história. Em termos internos, era a oportunidade de testar o formato em termos de estrutura e estabelecer os padrões de apresentação dos tutoriais seguintes, na verdade os mais relevantes a nível técnico e como tal o principal interesse da entidade promotora. Neste tutorial, de acordo com as sugestões dadas e com a nossa própria análise crítica, melhorámos as questões de som e sobretudo as de iluminação, o que permitiu dar um salto qualificativo visível. É também o tutorial onde o genérico aparece pela primeira vez e onde acrescentámos elementos gráficos auxiliares durante a apresentação de Berta. As críticas recolhidas após a sua publicação dão conta que o som tem ainda alguns momentos em que não se apresenta nas melhores condições e que o ritmo se perde um pouco com o alongar do tutorial. De facto, o tutorial é bastante longo (9m:43s de duração) devido à quantidade de informação que tivemos de apresentar e Berta evidencia algum desgaste. O problema da duração dos tutoriais será de certa forma recorrente e exigiu-nos algum cuidado, no sentido de equilibrar o tempo dos episódios com as informações a transmitir.

No terceiro episódio – tutorial #1 – conseguimos montar uma iluminação que nos agradou completamente e que se manterá em geral nos restantes tutoriais. Procedemos também a um aumento de ajudas visuais para tentar dinamizar o episódio, tendo em conta que a quantidade de informação não nos permitiu reduzir a duração em relação ao anterior. As críticas ao episódio vão nesse sentido: a duração continua longa e dever-se-á acelerar mais o ritmo, dinamizando os tutoriais com mais elementos gráficos e exemplos mais práticos.

Com os tutoriais seguintes – tutorial #2 a #6 – tentámos corresponder sempre aos pontos analisados e criticados e cremos que, de episódio para episódio, conseguimos um crescendo de qualidade no ritmo, na duração e na exemplificação.

4.4 Guia dos tutoriais vt4u

Parece-nos relevante, após termos descrito o projecto vt4u nas suas diversas características, apresentarmos um guia dos tutoriais onde se pode entender mais pormenorizadamente as características específicas de cada tutorial.

“olá”⁴⁶

Título: -

Data de publicação: 02-03-2009 | Duração: 00:39 minutos

Objectivos: Apresentar o projecto pela “mão” de Berta Claquete.

Informações: No episódio Berta conta parte da sua vida e mostra a sua personalidade.

“tutorial #0 | história”⁴⁷

Título: Em busca da história perdida

Data de publicação: 10-03-2009 | Duração: 09:43 minutos

Objectivos: Explicar a importância de construir uma boa história e ensinar as técnicas e dicas para o conseguir.

Informações: O tutorial apresenta o processo sequencial para a criação de uma boa história explicando os seguintes passos: ideia, *storyline*, sinopse, estrutura, guião e *storyboard*.

Extras relativos ao tutorial:

- vídeo-entrevista com os realizadores/produtores do *Carne p’ra Canhão* sobre o processo que usam para criarem as suas narrativas.
- *Links* de exemplo para storyboards e sinopses de produções audiovisuais
- Guião do tutorial.
- Guia de planos.

⁴⁶ Ver em <http://videos.sapo.pt/5FneV6cbS0wQJkQzytIn>

⁴⁷ Ver em <http://videos.sapo.pt/AmS1QzpuoT3M4qOd8sj2>

“tutorial #1 | Equipamento”⁴⁸

Título: Equipa-se (Berta Claquete...)

Data de publicação: 24-03-2009 | Duração: 09:44 minutos

Objectivos: Identificar os equipamentos necessários para uma produção audiovisual.

Informações: O tutorial identifica os equipamentos imprescindíveis a uma produção audiovisual fornecendo explicações e referindo escalões de preços: diversos tipos de câmaras, microfones e tripés.

Extras relativos ao tutorial:

- Documento com explicações mais detalhadas dos termos de especificações técnicas das câmaras.
- *Links* para equipamentos em lojas online.

“tutorial #2 | Iluminação”⁴⁹

Título: Câmara, Luzes... Preparação

Data de publicação: 31-03-2009 | Duração: 06:30 minutos

Objectivos: Identificar equipamentos de iluminação e ensinar a montar iluminação para uma produção audiovisual.

Informações: O tutorial explica a importância da iluminação, identifica os equipamentos de iluminação necessários a uma produção audiovisual e ensina a técnica clássica de 3 pontos de iluminação através de exemplo.

Extras relativos ao tutorial:

- Vídeo – “brincando com a luz”, contendo exemplos práticos de maneiras diferentes de montar iluminações para conseguir efeitos dramáticos diversos.
- Imagem esquemática da técnica clássica de iluminação de 3 pontos.

⁴⁸ Ver em <http://videos.sapo.pt/SAPCctv1wABzpWmvDd1j>

⁴⁹ Ver em <http://videos.sapo.pt/qSzk5y6n25ZMICuml7nZ>

“tutorial #3 | Filmagem”⁵⁰

Título: Filmando sobre um ninho de cucos

Data de publicação: 07-04-2009 | Duração: 07:30 minutos

Objectivos: Ensinar técnicas e regras sobre o processo de filmar

Informações: O tutorial explica regras de enquadramento e mudança de planos, movimentos de câmara, perspectivas de planos e sugere várias dicas e técnicas úteis para utilizar durante o processo de filmar.

Extras relativos ao tutorial:

- Imagens das regras que apareceram nos tutoriais.
- Documento sobre movimentos de câmara.

“tutorial #4 | Edição”⁵¹

Título: Edição mãos de tesoura

Data de publicação: 15-04-2009 | Duração: 06:09 minutos

Objectivos: Ensinar técnicas de edição usando o *movie-maker* como plataforma.

Informações: O tutorial explica em que consiste editar e ensina a fazer a edição de um filme no *movie-maker*: importar as filmagens, montar o vídeo, colocar títulos e subtítulos e acrescentar som através de um exemplo prático.

Extras relativos ao tutorial:

- *Links* para sites de som e música livres de direitos.

“tutorial #5 | Truques e efeitos”⁵²

Título: O curioso caso dos efeitos especiais

Data de publicação: 23-04-2009 | Duração: 07:24 minutos

⁵⁰ Ver em <http://videos.sapo.pt/KiOtGiceQhAuYr9rSqBk>

⁵¹ Ver em <http://videos.sapo.pt/vDFMIJfHM5ruO7VaYiON>

⁵² Ver em <http://videos.sapo.pt/uwK2z6RDGqF7wUi2M89w>

Objectivos: Continuar a ensinar técnicas de edição usando o *movie-maker* como plataforma. Ensinar truques mais específicos. Explicar a técnica de *chroma* e ensinar formas de a conseguir.

Informações: O tutorial continua o anterior, explicando truques de edição mais específicos no *movie-maker*, como efeitos de transição e efeitos sonoros. Numa segunda parte, explica em que consiste a técnica de filmar em *chroma* mostrando exemplos práticos da sua aplicação.

Extras relativos ao tutorial:

- Vídeo com exemplos de *chroma* do *Carne p'ra Canhão*

“tutorial #6 | Exportação”⁵³

Título: Salvando o soldado...err...o vídeo

Data de publicação: 28-04-2009 | Duração: 05:40 minutos

Objectivos: Explicar o processo de exportação do vídeo no movie-maker e ensinar a fazer a publicação de um vídeo no Sapo Vídeos.

Informações: O tutorial mostra um processo de exportação do movie-maker ideal para vídeos online e ensina passo a passo como se pode posteriormente publicar um vídeo na plataforma do Sapo: Sapo vídeos

Extras relativos ao tutorial: -

“A Despedida”⁵⁴

Título: -

Data de publicação: 06-05-2009 | Duração: 01:55 minutos

Objectivos: Dar por terminado o projecto.

Informações: Berta despede-se juntamente com a equipa de trabalho que agradece aos diversos intervenientes do projecto.

⁵³ Ver em <http://videos.sapo.pt/KpEMmmygvoLznaBErI89>

⁵⁴ Ver em <http://videos.sapo.pt/85g21ZeqKWbZELukS6P5>

5. Caracterização do processo de avaliação

Após a apresentação dos propósitos deste estudo e do projecto VT4U que lhe está associado, neste capítulo, apresentamos os métodos e ferramentas de avaliação para atingir os objectivos a que nos propusemos.

Para respondermos à pergunta de investigação “Será o vídeo um método eficaz e preferencial na transmissão de conhecimento formativo no contexto dos UGC?” e analisar o projecto VT4U quanto à sua eficácia enquanto ferramenta formativa era necessário recolher opiniões de utilizadores comuns. No entanto, um simples questionário sobre estas questões poderia ser limitativo baseando-se em respostas demasiado subjectivas. Precisávamos de uma base pragmática que englobasse os tutoriais do projecto VT4U para obtermos assim respostas fundamentadas. A solução que encontrámos foi a criação de um instrumento de recolha de dados misto, apoiado numa experiência prática. Neste capítulo explicamos a metodologia que enquadra esse instrumento assim como as características do seu processo, os seus objectivos específicos e apresentamos a amostra que foi testada pela sua aplicação.

5.1 Metodologia

Nesta parte do estudo parece-nos importante referir e classificar a metodologia que usamos no processo de avaliação. A classificação de metodologias levanta alguns problemas devido à grande diversidade de definições encaradas por parte dos teóricos da área da Metodologias de Investigação (Carmo & Ferreira, 1998). No entanto, consideramos necessário inserir esta investigação num quadro de classificação. No presente trabalho tomamos como referência a classificação proposta por L. R. Gay como descrita por Carmo & Ferreira (1998). Segundo este autor uma investigação pode ser classificada segundo duas linhas: 1- quanto ao propósito, tendo em conta a aplicabilidade e generalização dos seus resultados e 2- quanto ao método, tendo em conta as

características da sua estratégia para responder a uma determinada questão (questão de investigação).

Conforme a classificação definida por L. R. Gay este trabalho enquadra-se na “investigação em avaliação” quanto ao seu propósito, pois pretendemos “recolher dados com o fim de facilitar tomadas de decisão que digam respeito a duas ou mais acções alternativas” (Carmo & Ferreira, 1998). O autor refere ainda que avaliar a eficácia de um projecto é complexo pois envolve juízos de valor e nesta investigação um dos componentes a avaliar é precisamente a eficácia. Minimizamos esta questão de duas formas. Por um lado o próprio contexto do trabalho, inserido que está nos UGCs e como tal com o utilizador comum em destaque, faz com que os juízos de valor dos utilizadores sejam importantes como opiniões. Por outro lado criámos um instrumento de recolha de dados específico, envolvendo diversos critérios e formas de avaliação que permitem que as opiniões dos utilizadores assentem numa base prática fundamentada.

Quando ao método, de acordo com as classificações do autor referido, este trabalho enquadra-se na “investigação descritiva” porque “inclui a recolha de dados para testar hipóteses ou responder a questões que lhe dizem respeito” (Carmo & Ferreira, 1998). Segundo L. R. Gay este tipo de investigação implica muitas vezes a elaboração de um instrumento de recolha de dados próprio, ainda que muitas vezes usando ferramentas comuns a várias metodologias, como o questionário ou a observação directa (Carmo & Ferreira, 1998). De acordo com estas directrizes, na nossa investigação procedemos à construção de um instrumento global para a recolha de dados que denominamos de “teste” e que inclui como ferramentas específicas para esse efeito, questionários, observação directa e análise de vídeos.

5.2. Objectivos específicos da fase de avaliação

É importante nesta fase identificar os objectivos mais específicos que nos guiaram na construção do instrumento de recolha de dados:

- Perceber o grau de interesse que os UGC audiovisuais suscitam na escala etária dos inquiridos e perceber se estes se inserem no grupo de criadores de UGCs

- Identificar o nível de conhecimentos que os participantes têm sobre o processo geral de criação de vídeos

- Identificar as formas pelas quais os participantes procuram adquirir mais conhecimentos sobre o processo geral de criação de vídeos

- Identificar o nível de conhecimentos que os participantes têm sobre a matéria particular a ser testada

- Perceber se os tutoriais vídeo são preferidos em relação a outras tipologias no contexto formativo

- Perceber se os tutoriais vídeo são mais relevantes que tutoriais de outras tipologias no contexto formativo

- Perceber as razões das preferências dos participantes em relação às suas escolhas

- Perceber se a criação de tutoriais vídeo em português é uma mais-valia em relação à já vasta existência de tutoriais vídeo em inglês

- Perceber até que ponto os tutoriais VT4U contribuíram para uma eficaz realização das tarefas

- Verificar o nível de aceitação do projecto VT4U

- Identificar pontos fortes e falhas dos tutoriais VT4U

5.3. Instrumentos de recolha de dados – os testes de avaliação

Para recolhermos da melhor forma os dados que nos permitissem chegar às respostas que nos propusemos obter, concebemos um teste prático que inclui diferentes instrumentos de recolha de dados. Segundo António Carlos Gil um teste pode ser definido como “uma situação experimental que serve de estímulo a um comportamento” (Gil, 1987) e cujo objectivo é medir com um critério determinado. O teste que concebemos para este estudo consiste na disponibilização de um conjunto pré-determinado de fontes de consulta, associadas a um tema específico do nosso projecto e dentro das quais se incluem, portanto, episódios do tutorial VT4U, para que os participantes procedam à execução de tarefas específicas. Estas acções são medidas através de três tipos de ferramentas: as opiniões/escolhas dos participantes, relatadas num questionário pós-teste, a nossa observação directa realizada no decorrer do teste prático e ainda a análise dos vídeos resultantes da execução das tarefas.

A temática do teste, como acima descrevemos, está associada à própria temática do projecto VT4U. No entanto, tendo em conta que a área em que o projecto VT4U se enquadra é extensa, decidimos aplicar o teste a subtemas do processo de criação de vídeos, escolhendo apenas dois tópicos: iluminação para vídeo e processo de filmagem. Os dois tópicos foram testados separadamente. É importante ressaltar que as tarefas práticas associadas a estes tópicos requerem pelo menos dois utilizadores e por isso cada teste foi executado por um grupo de dois participantes.

Os testes foram realizados num ambiente controlado: uma sala com um computador previamente preparado, uma câmara pronta a filmar e os diversos materiais necessários à execução das tarefas (focos de luz, tripés, etc.) colocados à disposição. De seguida, apresentamos e descrevemos sequencialmente as diversas fases dos testes e explicamos os seus pontos mais complexos:

- 1- Recepção do grupo (2 participantes), entrega e resolução de um pré-questionário individual.

Os pré-questionários⁵⁵ são individuais (um para cada elemento do grupo) e têm como principal objectivo perceber os conhecimentos prévios dos participantes e recolher dados gerais dentro da temática do projecto.

- 2- Explicação geral do teste, entrega do guião⁵⁶ com as tarefas a executar e a descrição das fontes de consulta disponíveis.

O guião de actividades descreve as três tarefas que os participantes têm de executar e contem explicações sucintas dos recursos de consulta disponibilizados.

- 3- Consulta dos recursos de pesquisa disponíveis no computador.

Para cada teste (iluminação e filmagens), encontram-se no computador seis tutoriais com dados pertinentes para a realização das tarefas. Estes recursos estão divididos dois a dois por três pastas referentes à tipologia na qual se enquadram: tutoriais vídeo, esquemáticos e textuais.

Devemos aqui esclarecer a questão da escolha das fontes de pesquisa disponibilizadas. Durante o processo de pesquisa para a realização do tutorial VT4U apercebemo-nos de que existiam diversos tutoriais na área de criação de vídeo e que estes se dividiam geralmente em três grandes áreas: tutoriais em vídeo, tutoriais essencialmente esquemáticos, contendo imagens e esquemas acompanhados por texto explicativo e tutoriais totalmente textuais. A concepção do teste teve este facto em consideração e a escolha específica de fontes de pesquisa dependeu não só da maior relevância para as tarefas como da maior facilidade de acesso na Internet (no sentido em que o utilizador comum pode encontrar os tutoriais numa procura sobre o assunto num motor de busca). De facto, a escolha baseou-se no conhecimento adquirido com as pesquisas gerais feitas na Internet para o projecto VT4U. Todos os tutoriais escolhidos continham as informações necessárias para uma correcta realização das tarefas.

⁵⁵ Ver anexo 1

⁵⁶ Ver anexo 2

Apresentamos de seguida os tutoriais que constituem as fontes de pesquisa disponibilizadas aos participantes para cada teste:

Teste de Iluminação:

Vídeos:

VT4U_2_iluminação – O tutorial do nosso projecto referente ao tema de iluminação.

Editado de forma a que as referências aos autores e à Universidade de Aveiro não fossem visíveis.

Bre Pettis, Getting Started in Video - Lighting – tutorial vídeo em inglês sobre iluminação.

Esquemáticos:

Linguagem audiovisual por Delfim Ramos – PDF/apresentação em português com tópicos sobre iluminação. A parte referente à iluminação estava devidamente identificada.

<http://makeInternettv.org/shoot/lighting.php> - site em inglês com tópicos sobre iluminação. Os *links* disponibilizados ligavam directamente à área de iluminação.

Textuais:

<http://www.videomaker.com/article/14218/> - site/artigo em inglês com informações sobre como montar iluminação.

http://filmstudies.suite101.com/article.cfm/threepoint_lighting - site/artigo em inglês com informações sobre como montar iluminação.

Teste de Filmagem:

Vídeos:

VT4U_3_filmagens – O tutorial do nosso projecto referente ao tema das filmagens.

Editado de forma a que as referências aos autores e à Universidade de Aveiro não fossem visíveis.

Bre Pettis, Getting Started in Video – Pushing the red button– tutorial vídeo em inglês com dicas sobre filmar.

Esquemáticos:

Linguagem audiovisual por Delfim Ramos – PDF/apresentação em português com tópicos sobre o processo de filmar. A parte referente à iluminação estava devidamente identificada.

<http://makeInternettv.org/shoot/camera.php> e

<http://makeInternettv.org/shoot/compmotion.php> - site em inglês com tópicos sobre o processo filmar.

Textuais:

<http://www.andydickinson.net/2007/07/06/online-video-shooting-tips/> - site em inglês com dicas sobre filmagem.

http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/shooting_tips/ - site em inglês com tópicos sobre filmagem.

Os participantes disponham de até 25 minutos para procederem à consulta dos recursos disponibilizados, fazendo o uso que quisessem desse tempo podendo iniciar a realização das tarefas quando considerassem que tinham dados suficientes. Ainda assim, depois do tempo de consulta e a todo o momento da execução de uma tarefa podiam voltar ao computador para rever qualquer tutorial.

4- Execução das tarefas.

Nesta fase os participantes deviam proceder à execução das tarefas por uma ordem livre, gravando quantos *takes* achassem necessários. Para isso podiam usar qualquer material que estivesse na sala (como já foi referido os materiais necessários à conclusão das tarefas estavam disponíveis na sala). Cada teste tinha 3 tarefas que requeriam diferentes conhecimentos na área que estava a ser testada.

As 3 tarefas indicadas no teste de iluminação são:

tarefa 1- “Montar iluminação adequada para filmar o relato da seguinte notícia:”, seguindo-se texto de notícia pré-definido.

tarefa 2 – “Montar iluminação adequada para filmar o seguinte monólogo/cena dramática:”, seguindo-se texto dramático pré-definido.

tarefa 3 – “Montar iluminação adequada para filmar o seguinte testemunho secreto:”, seguindo-se texto de discurso secreto pré-definido.

As 3 tarefas no teste de filmagem são:

tarefa 1- “Filmar paralelamente, seguindo o percurso de uma pessoa.”

tarefa 2 – “Filmar, em *travelling*, um cenário de elementos estáticos.” O cenário estava pré-montado.

tarefa 3 – “ Filmar um plano adequado para filmar o seguinte discurso vitorioso/superior:”, seguindo-se texto de discurso vitorioso pré-definido.

A maior parte das tarefas obrigava a que um elemento do grupo filmasse enquanto o outro executava as acções (andar, discursar, etc.), no entanto, tendo em conta que

podiam gravar os *takes* que quisessem, os participantes podiam trocar de lugares e regravar as cenas se assim o desejassem.

5- Entrega e resolução em grupo do questionário pós-teste.

Os questionários pós teste⁵⁷ são entregues para resolução a cada grupo de dois participantes e têm como principal objectivo perceber as escolhas e opiniões dos mesmos relativamente à sua vivência na experiência realizada.

5.3.1. Questionários

O inquérito realizado através de um questionário é a principal e mais importante ferramenta de recolha de dados que usamos neste estudo. Segundo Quivy & Campenhoudt (1992) os inquéritos consistem em “colocar a um conjunto de inquiridos” um grupo de perguntas referentes às “suas opiniões, à sua atitude em relação a opções, (...), às suas expectativas, ao seu nível de conhecimento ou de consciência de um acontecimento ou problema (...)”. Esta noção, por tudo o que já foi dito, sumaria as razões da nossa escolha dos inquéritos como meio principal para obtermos dados para responder aos objectivos deste trabalho.

Como já referimos, construímos dois tipos de questionários, um para ser efectuado no início dos testes que denominamos de pré-questionário e outro para ser efectuado no final dos testes e que por isso denominamos questionário pós-teste.

Os pré-questionários são questionários individuais de administração directa contendo 9 perguntas pré-codificadas. Podemos dividir as perguntas deste questionário em três grandes áreas:

1. perguntas mais gerais relativas aos audiovisuais UGC (duas perguntas),
2. perguntas sobre conhecimentos do processo geral de criação de vídeos (cinco perguntas)

⁵⁷ Ver anexo 3

3. perguntas específicas relativas à matéria do teste (duas perguntas). As duas últimas perguntas dos pré-questionários são portanto diferentes para cada um dos dois testes realizados.

Os questionários pós-teste são questionários de administração directa de resposta em grupo. Cada questionário devia ser respondido pelo grupo de dois elementos que tinha acabado de realizar o teste prático. É constituído por quatro perguntas pré-codificadas e uma pergunta de resposta aberta. As três primeiras perguntas pretendem recolher as escolhas e opiniões dos participantes relativamente ao teste que executaram (deste a consulta de fontes até a própria execução das tarefas). As duas últimas perguntas, das quais a pergunta de resposta aberta faz parte, são especificamente relativas ao projecto VT4U.

5.3.2. Vídeos

Os vídeos são o resultado concreto da execução das tarefas. Tendo em conta que neste estudo privilegiamos sobretudo a percepção e opinião do utilizador, a análise dos vídeos aparece como um instrumento secundário. O ponto mais importante relacionado com a execução das tarefas é saber se estas foram concluídas com sucesso. Mas esse ponto é facilmente identificável pela observação directa dos testes. Ainda assim, consideramos interessante apresentar uma análise aos vídeos, mesmo que um pouco superficial, avaliando as qualidades técnicas relacionadas com a área do respectivo teste. Os resultados da análise dos vídeos serão apresentados segundo uma tabela onde iremos incluir uma nota geral a cada vídeo, baseada apenas na avaliação das qualidades técnicas associadas à execução das tarefas, assim como as respostas que os participantes deram a diversas perguntas dos questionários.

5.3.3. Observação directa

A observação directa é nesta investigação uma ferramenta complementar cujo principal objectivo é acrescentar e reforçar a informação adquirida pelos questionários e vídeos. Segundo a definição de Quivy & Campenhoudt (1992) na observação directa o investigador regista directamente os comportamentos que observa usando um guia de

observação especificamente construído para o efeito. Atendendo ao carácter complementar que a observação directa adquire neste estudo o guião⁵⁸ que construímos é bastante simples e baseia-se nos dois momentos “observáveis” dos testes: a fase de consulta de tutoriais e a fase de execução das tarefas. Na fase de consulta de tutoriais era importante anotar a forma como os participantes examinavam as fontes de pesquisa como por exemplo, que tipo de tutoriais viam primeiro ou como procediam concretamente à sua visualização. Na fase de execução das tarefas era essencial anotar o sucesso da tarefa e era igualmente importante anotar a forma específica como resolviam os desafios colocados. Os dados recolhidos desta forma serão introduzidos na análise dos questionários e dos vídeos quando tal for pertinente.

5.3.4. Perguntas dos inquiridos e objectivos específicos

Parece-nos agora relevante referir as perguntas dos questionários (podem ser consultadas nos anexos) que visam responder aos objectivos mais específicos da fase de avaliação que já referimos:

- Perceber o grau de interesse que os UGC audiovisuais suscitam na escala etária dos inquiridos e perceber se estes se inserem no grupo de criadores de UGCs – perguntas 1, 2 e 4 do pré-questionário.

- Identificar o nível de conhecimentos que os participantes têm sobre o processo geral de criação de vídeos – pergunta 3 do pré-questionário.

- Identificar as formas pelas quais os participantes procuram adquirir mais conhecimentos sobre o processo geral de criação de vídeos – perguntas 5, 5.1 e 5.2 do pré-questionário.

- Identificar o nível de conhecimentos que os participantes têm sobre a matéria particular a ser testada – perguntas 6 e 7 do pré-questionário.

⁵⁸ Ver anexo 4

-Perceber se os tutoriais vídeo são preferidos em relação a outras tipologias no contexto formativo – perguntas 1, 2 e 3 do questionário pós teste.

-Perceber se os tutoriais vídeo são mais relevantes que tutoriais de outras tipologias no contexto formativo – pergunta 2 do questionário pós teste.

- Perceber as razões das preferências dos participantes em relação às suas escolhas – pergunta 3 do questionário pós teste.

-Perceber se a criação de tutoriais vídeo em português é uma mais-valia em relação à já vasta existência de tutoriais vídeo em inglês – pergunta 3 do questionário pós teste.

-Perceber até que ponto os tutoriais VT4U contribuíram para uma eficaz realização das tarefas – perguntas 2 e 3 do questionário pós teste.

-Verificar o nível de aceitação do projecto VT4U – pergunta 4 do questionário pós teste.

-Identificar pontos fortes e falhas dos tutoriais VT4U – pergunta 5 do questionário pós teste.

5.4 Universo e Amostra

O universo deste estudo, conforme os dados que já fornecemos, seria potencialmente todo o público da Internet não especializado em produção audiovisual, falante de português. No entanto, devemos ter em conta o facto de o projecto VT4U estar associado aos métodos de avaliação deste trabalho, sendo portanto conveniente que a população da amostra tenha como característica algum interesse pela área de criação de vídeos. Para além disso, os requisitos técnicos necessários aos testes, como o espaço físico para a experiência, o material associado à produção de vídeos e a própria duração de cada teste,

limitavam a nossa escolha da amostra. Segundo Quivy & Campenhoudt uma possibilidade usada frequentemente para a escolha de uma amostra é “estudar componentes não estritamente representativas, mas características da população” (Quivy & Campenhoudt, 1992). Seguindo esta ideia escolhemos a amostra baseando-nos em recursos próximos, que tivessem, à partida, mais probabilidades de ter interesse na área do vídeo. A escolha recaiu sobre uma turma recém chegada ao 1º ano de Novas Tecnologias da Comunicação (NTC), curso da Universidade de Aveiro com características multidisciplinares, entre as quais engloba o ensino de vídeo.

Atendendo às classificações de Carmo & Ferreira (1997) este tipo de amostragem insere-se na amostragem de casos típicos. Os autores referem que este tipo de amostragem “não probabilística” é ideal para quando há limitações de recursos. A escolha da turma definiu à partida que existiria um maior interesse nas questões do vídeo. Também o facto de terem uma informação antecipada sobre a temática dos testes forneceu voluntários com uma ainda maior probabilidade de interesse nesta área.

A amostra é constituída por 18 elementos que formam 9 grupos dos quais 5 participaram nos dois testes, iluminação e filmagem. Os restantes quatro grupos dividiram-se pelos dois testes, participando num só teste. As idades dos participantes estão compreendidas entre os 18 e os 26 anos sendo a moda estatística de 19 anos. Dos 18 participantes, 11 são do sexo feminino e 7 são do sexo masculino.

6. Apresentação e análise dos resultados

Neste capítulo apresentamos e analisamos os resultados dos inquéritos não deixando também de referir e analisar os dados obtidos por observação directa das tarefas e dos vídeos.

6.1. Pré-questionários

Como referimos anteriormente, nos testes que foram efectuados incluiu-se um pré-questionário individual. Ainda que a população da amostra seja limitada e que por isso não possamos generalizar os dados, achámos importante dar conta do interesse e da participação dos inquiridos no consumo de audiovisuais na Internet e também saber se já produziram algum UGC. As duas primeiras perguntas do pré-questionário pretendem apurar isso mesmo.

Alguma vez publicaste um vídeo na internet (criado ou não por ti)?

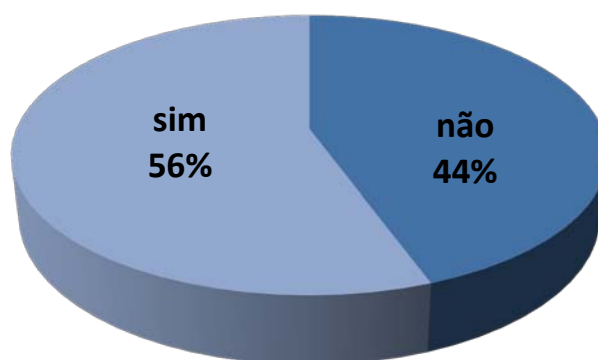


Gráfico 1- Percentagem de inquiridos que já publicaram um vídeo na Internet.

Como podemos ver no Gráfico 1 a distribuição entre os inquiridos que já publicaram algum vídeos e os que nunca o fizeram é bastante próxima embora seja maior para os primeiros. Tendo em conta o facto de termos escolhido uma amostra com as

características particulares já descritas, poderia ser esperada uma percentagem mais elevada dos produtores de UGC.

Alguma vez criaste um vídeo (totalmente original ou reeditado por ti) publicando-o na internet?

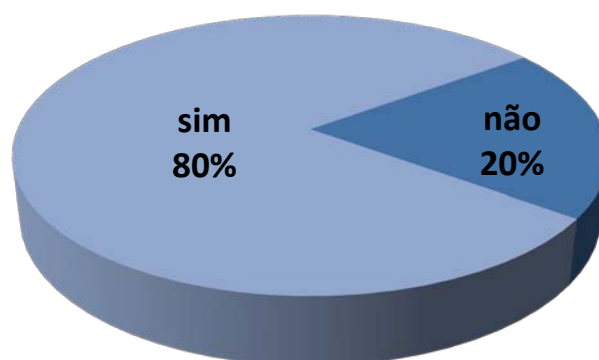


Gráfico 2 – Percentagem de inquiridos que, tendo respondido afirmativamente à 1ª pergunta, já produziram UGCs

Na segunda pergunta (gráfico 2), podemos ver que de todos os inquiridos que tinham respondido “sim” à pergunta anterior, 80% já produziram pelo menos um conteúdo considerado UGC. É relevante este dado pois permite perceber-se que o acto de partilha de novos vídeos implica, na maioria dos casos, a sua criação ou reedição e não apenas a simples republicação de um conteúdos de outros.

Com as cinco perguntas seguintes pretendíamos ter respostas a duas ordens de questões: os conhecimentos que os inquiridos tinham à partida sobre a criação de conteúdos audiovisuais para a Internet e porque meios procuram obter mais informação.

À pergunta, “Como definirias o teu conhecimento sobre criar vídeos apropriados à publicação na Internet (contar a história, filmar e editar)?” os inquiridos deveriam responder numa escala crescente de conhecimento constituída pelas escolhas: inexistente, básico, mediano, elevado e total. Como podemos observar no gráfico 3 as respostas centram-se nas escolhas “básico” e “mediano”, cada uma com o mesmo número de ocorrências e perfazendo um total de 88% das respostas.

Como definirias os teus conhecimentos sobre criares vídeos apropriados à publicação na internet?

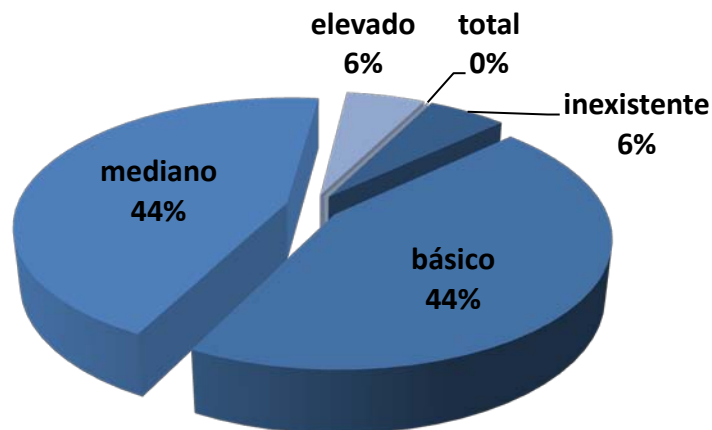


Gráfico 3 - Reposta dos inquiridos na definição dos seus conhecimentos prévios na área dos audiovisuais para a Internet

Verifica-se que a maior parte dos inquiridos não tem muitos conhecimentos na área, o que contribui para a validação da sua participação nos testes efectuados, isto é, os inquiridos não estariam à partida suficientemente preparados para efectuarem as tarefas que propusemos.

Na quarta pergunta, “Qual o teu interesse em criares vídeos para publicares na Internet”, a questão prende-se directamente com o interesse de produzir conteúdos UGC audiovisuais. No gráfico 4 observamos que a maior parte dos inquiridos afirmaram-se como “interessados” (61%) em criar vídeos. Adicionando as respostas “bastante interessado” e “muito interessado” temos um total de 83,5% de respostas positivas o que demonstra que existe um interesse bastante razoável na área dos UGC audiovisuais.

Qual o teu interesse em criares vídeos para publicares na internet?

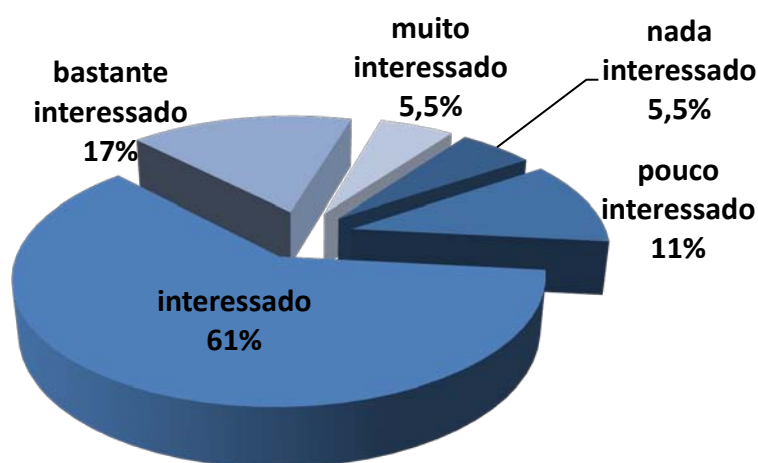


Gráfico 4 – Resposta dos inquiridos em termos de interesse para a criação de conteúdos audiovisuais para a Internet

Com a quinta pergunta pretendemos quantificar os utilizadores que procuram mais informações sobre a criação de vídeos na Internet, saber que tipo de informação consultavam e também se ficavam satisfeitos com as respostas fornecidas.

Alguma vez procuraste saber mais sobre a criação de vídeos através de sites ou tutoriais disponíveis na internet?

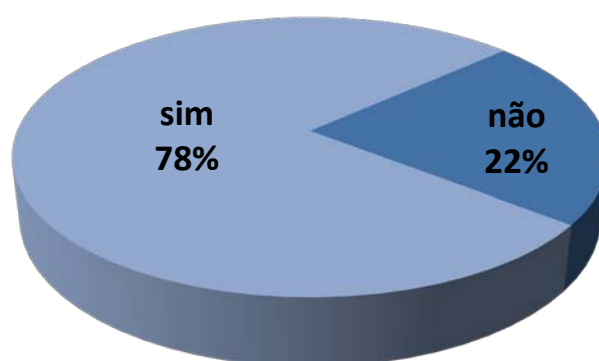


Gráfico 5 – Percentagem de inquiridos que já procurou saber mais sobre criação de vídeos

Para maior clarificação da análise, dividimos esta pergunta em três alíneas. À questão principal, “Alguma vez procuraste saber mais sobre a criação de vídeos através de sites ou tutoriais disponíveis na Internet?”, a maioria, 78%, respondeu “sim”, demonstrando que existe de facto uma preocupação por parte dos utilizadores em adquirir mais conhecimentos na área do audiovisual (gráfico 5).

Ao perguntarmos se os inquiridos tinham de facto procurado saber mais sobre a criação de vídeos, interessava-nos também perceber que tipologias de tutoriais tinham consultado e qual o seu grau de satisfação nas soluções disponibilizados por esses tutoriais. É esse o intuito das duas questões seguintes, às quais só responderiam os inquiridos que tivessem seleccionado a escolha “sim” na primeira alínea. Estas duas questões são importantes porque se relacionam com o objectivo principal de avaliarmos se o vídeo é um método eficaz e preferencial relativamente a outras tipologias de tutoriais, matéria que será desenvolvida nos questionários pós-teste.

Que tipo de sites/tutoriais consultaste?

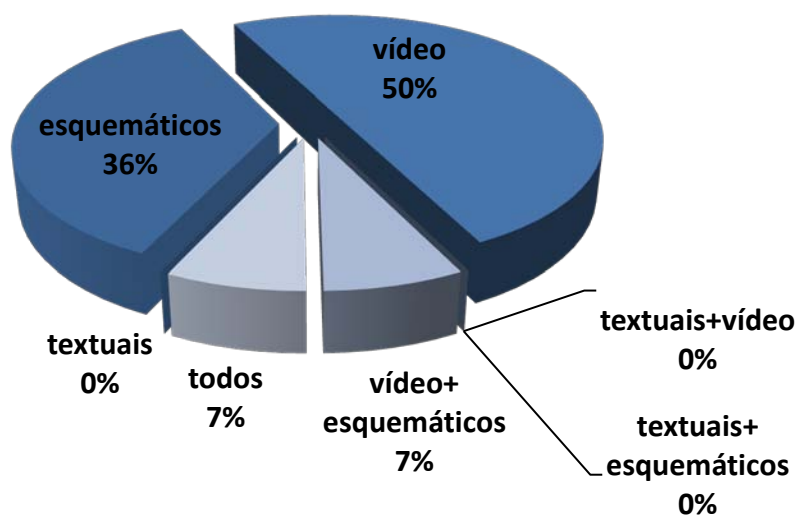


Gráfico 6 – Resposta dos inquiridos às tipologias de sites/tutoriais sobre a criação de vídeo que consultaram online

O gráfico 6 apresenta as respostas à pergunta, “Que tipo de sites/tutoriais consultaste?”, pelo qual percebemos que o vídeo obtém o melhor resultado (50%),

seguido dos tutoriais esquemáticos (36%). Há ainda uma pequena percentagem de inquiridos que viu tanto tutoriais vídeo como esquemáticos e outra que viu todos os tipos de tutoriais. É de ressaltar a falta de representação nos tutoriais meramente textuais.

Na alínea seguinte, “Qual o teu grau de satisfação em relação às respostas dadas pelos sites/tutoriais face às tuas dúvidas/questões”, os inquiridos tinham à disposição uma escala crescente de satisfação constituída pelas escolhas: nada satisfeito, pouco satisfeito, satisfeito, bastante satisfeito e muito satisfeito. Os resultados apresentados no gráfico 7 mostram que a maior parte dos inquiridos, 57%, ficaram satisfeitos e que, respectivamente 22% e 7% ficaram bastante e muito satisfeitos. Apenas 14% ficaram pouco satisfeitos. Embora o grau de satisfação seja substancialmente alto isso não exclui que exista ainda muito espaço para melhorar e expandir estes elementos formativos.

Qual o teu grau de satisfação em relação às respostas dadas pelos sites/tutoriais face às tuas dúvidas /questões?

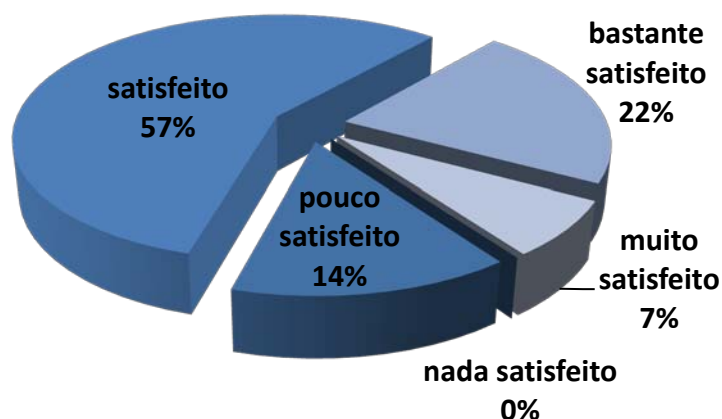


Gráfico 7 – Respostas dos inquiridos sobre a sua satisfação relativamente a sites/tutoriais de criação de vídeos, que consultaram online

6.2. Teste de iluminação

6.2.1. Pré-Questionário

Como referimos anteriormente, os pré-questionários realizados individualmente antes do teste continham duas perguntas directamente relacionadas com o conteúdo desse mesmo teste. Estas perguntas permitiram-nos identificar, ainda que superficialmente, o grau de conhecimento prévio dos inquiridos relativamente que iríamos testar.

No gráfico 8, relativo aos resultados à pergunta “Alguna vez montaste iluminação para uma produção audiovisual (vídeo, teatro, etc.)?”, observamos que a maioria (64%) dos inquiridos nunca montou qualquer instalação de iluminação apropriada a produções audiovisuais.

Alguma vez montaste iluminação para uma produção audiovisual?

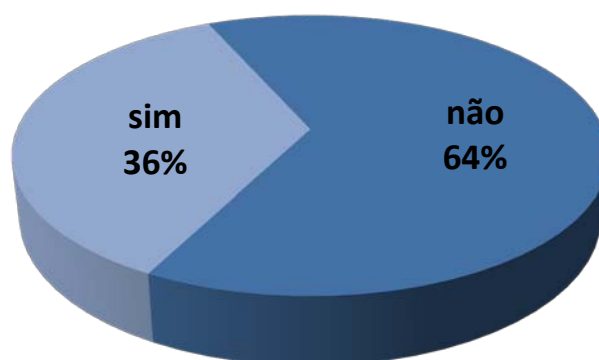


Gráfico 8 – Percentagem de inquiridos que já montaram iluminação para uma produção audiovisual

Para a questão seguinte, “Como definirias o teu conhecimento sobre iluminação, no contexto de vídeo adequado à publicação na Internet?”, os resultados apresentados no gráfico 9 demonstram-nos que a grande maioria dos inquiridos (72%) apenas tem conhecimentos básicos, havendo ainda 14% que consideraram que os seus conhecimentos eram inexistentes. Pela leitura dos resultados desta pergunta e juntando-os com os da anterior, podemos concluir a utilidade e pertinência do teste efectuado,

algo que ficou também patente pela observação directa feita durante a execução das tarefas.

Como definirias o teu conhecimento sobre iluminação no contexto de vídeo adequado à publicação na Internet?

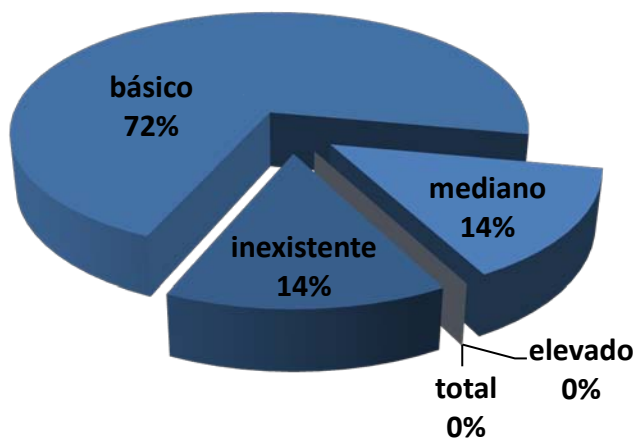


Gráfico 9 - Reposta dos inquiridos na definição dos seus conhecimentos prévios sobre iluminação no contexto dos audiovisuais para a Internet



Figura 9 – Participantes a montarem iluminação durante o teste

6.2.2. Questionário pós teste

Após a realização das tarefas do teste pedimos aos participantes para responderem a um novo questionário. Lembramos que os questionários foram feitos por 7 grupos de dois participantes e que estes deviam basear-se nas experiências que tinham vivido no teste.

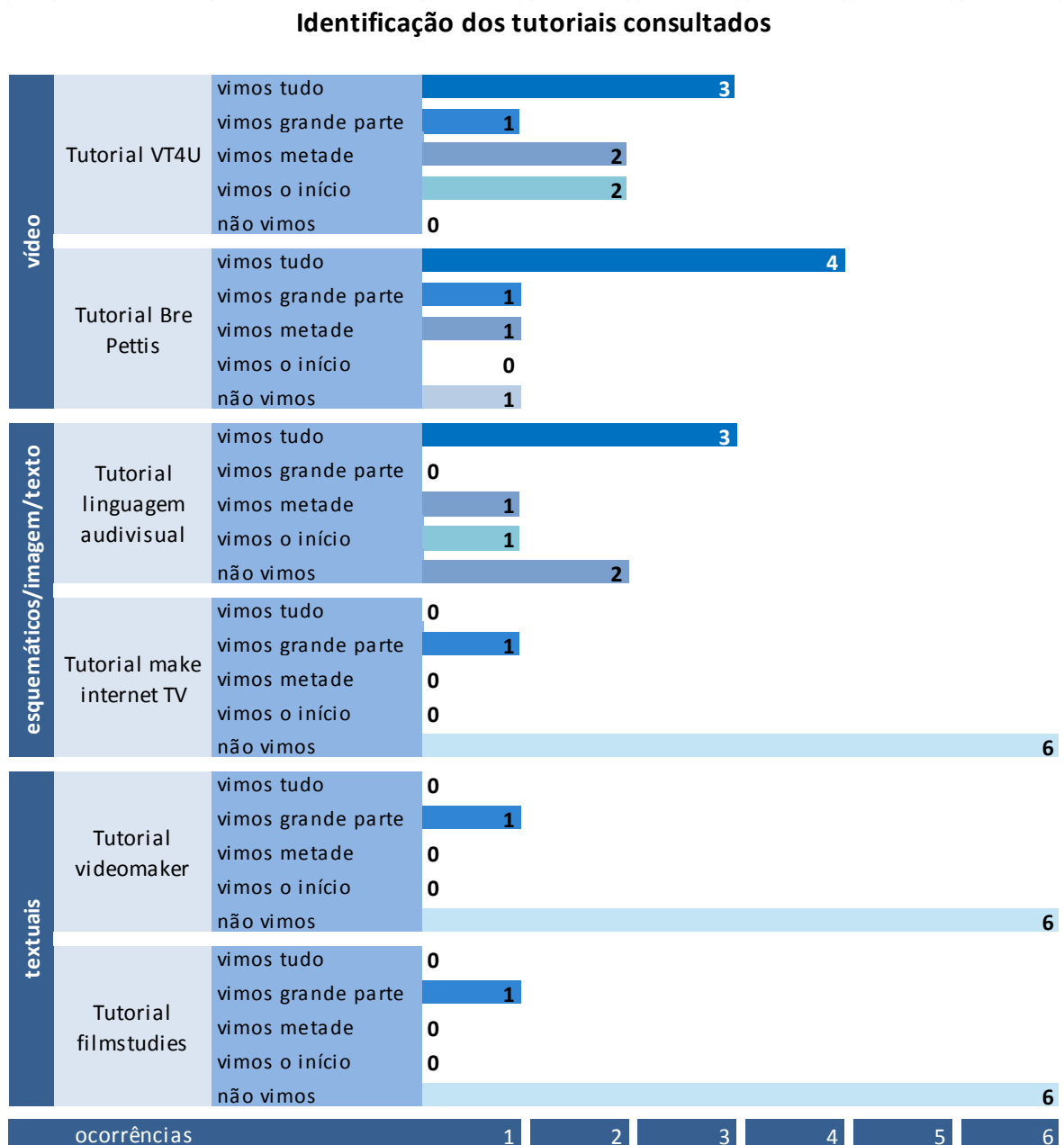


Gráfico 10 – Identificação dos tutoriais de iluminação consultados segundo escala pré-definida

Na primeira pergunta, “Para cada uma das fontes que vos foram disponibilizadas indiquem a opção mais próxima da vossa experiência”, pedimos aos inquiridos para identificarem os tutoriais que consultaram durante o teste segundo o conjunto de opções: vimos tudo, vimos grande parte, vimos metade, vimos o início ou não vimos.

No gráfico 10 podemos observar o número total de visualizações referentes a cada tutorial e perceber se foram vistos de uma forma integral ou visualizados apenas de uma forma superficial. O resultado mais evidente é a constatação de que a maioria dos grupos inquiridos nem sequer viu os dois últimos tutoriais referentes aos tutoriais textuais. Tendo em vista uma análise mais clara da distribuição de visualizações dos tutoriais por tipologias, considerámos que qualquer resposta que não fosse “não vimos” contaria no sentido de consulta a um tutorial. O gráfico seguinte (gráfico 11) apresenta os resultados, mostrando claramente que o vídeo é a tipologia mais vista (62%), seguida dos tutoriais esquemáticos (29%) e por fim dos textuais (9%). Estes dados mostram que o vídeo é à partida um meio de consulta mais apelativo.

Distribuição das visualizações dos tutoriais por tipologias

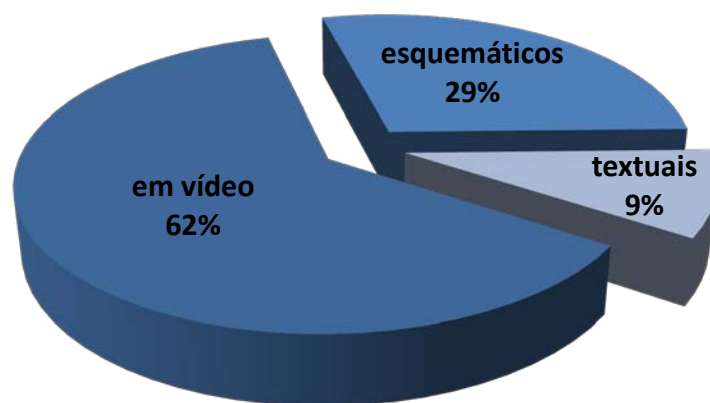


Gráfico 11 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de iluminação por tipologias, considerando qualquer resposta que não fosse “não vimos”

No entanto, se considerarmos apenas as respostas “vimos tudo”, os resultados favorecem ainda mais o vídeo, algo que podemos ver no gráfico 12. A tipologia dos tutoriais “textuais” desaparece completamente e a tipologia vídeo continua a ser a mais vista, com 78% de visualizações completas. Reforçando a ideia de que o vídeo é um formato à partida mais apelativo, estes resultados apontam também para o facto de ser a tipologia que consegue prender a atenção por mais tempo. Este facto já é comunmente reconhecido, como indicado no enquadramento teórico deste estudo, no entanto, podemos perguntar-nos se o facto de o vídeo antecipar aos utilizadores um tempo de visualização não será um factor importante. Ao contrário dos textos ou conteúdos esquemáticos que, para além de não indicarem o tempo a consumir, requerem ainda uma participação mais activa dos utilizadores para serem completamente consultados, com o vídeo, o utilizador sabe previamente o tempo que irá dispendir a consultá-lo. Pela nossa observação directa notou-se muitas vezes que a primeira acção que os participantes faziam ao consultarem fontes esquemáticas ou textuais era avaliar a sua extensão procurando perceber a quantidade de informação que teriam de visualizar.

Distribuição das visualizações completas ("vimos tudo") dos tutoriais por tipologias

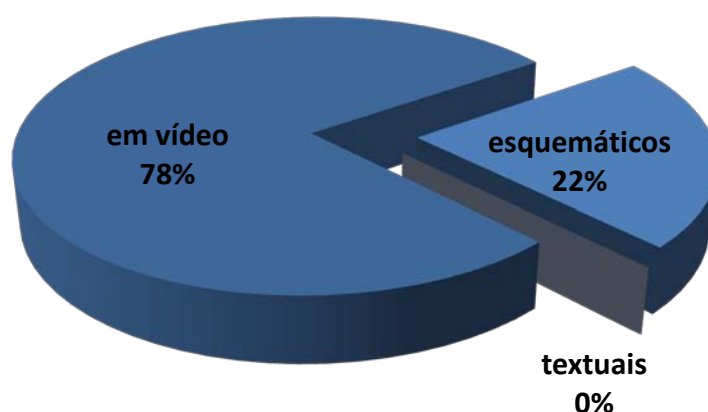


Gráfico 12 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de iluminação por tipologias considerando apenas as respostas “vimos tudo”

A nossa observação directa do comportamento dos participantes corresponde a estes resultados e ainda acrescenta alguns dados a reter. Muito embora os vídeos tivessem a

maior percentagem de visualizações completas, alguns grupos acabaram por avançar no tempo dado para os vídeos, saltando para as partes cujo conteúdo mais lhes interessava no sentido da execução das tarefas. Muitos dos participantes decidiram encurtar o tempo de consulta e passar rapidamente à execução das tarefas, mas ainda assim, voltaram a visualizar partes dos tutoriais disponibilizados, enquanto tentavam executar essas mesmas tarefas. Apenas um grupo visualizou todas as fontes de consulta disponibilizadas, fazendo uso do tempo de consulta para aprofundar os seus conhecimentos na área.

Na segunda questão, “ Enumerem, por ordem de importância, quais os tutoriais que consideram mais relevantes para a conclusão de cada tarefa”, pedimos aos participantes que tendo em conta os tutoriais que haviam consultado durante o teste, os enumerassem por ordem de importância para cada tarefa, isto é, deveriam dizer para cada tutorial qual o mais relevante para a conclusão da tarefa, qual o segundo mais relevante para a conclusão dessa mesma tarefa e por aí adiante. Foi ainda explicado que caso não considerassem determinado tutorial relevante podiam simplesmente omiti-lo.

Com esta pergunta interessava-nos sobretudo perceber quais eram as primeiras escolhas, ou seja, as marcadas com o número 1 (mais importante) em cada tarefa, pois destes dados dependeria a apreciação do carácter mais ou menos formativo dos tutoriais.

No gráfico 13 podemos ver o número de vezes que cada tutorial foi primeira escolha nas diferentes tarefas. Os tutoriais vídeo “VT4U” e “Bre Pettis” dividem entre si o maior número de primeiras escolhas, havendo apenas uma primeira escolha do tutorial “linguagem audiovisual” na tarefa “montar iluminação para filmar uma cena dramática”. Estes resultados demonstram a preferência dos inquiridos pelo vídeo como método formativo.

Primeiras escolhas (mais importante) para cada tarefa

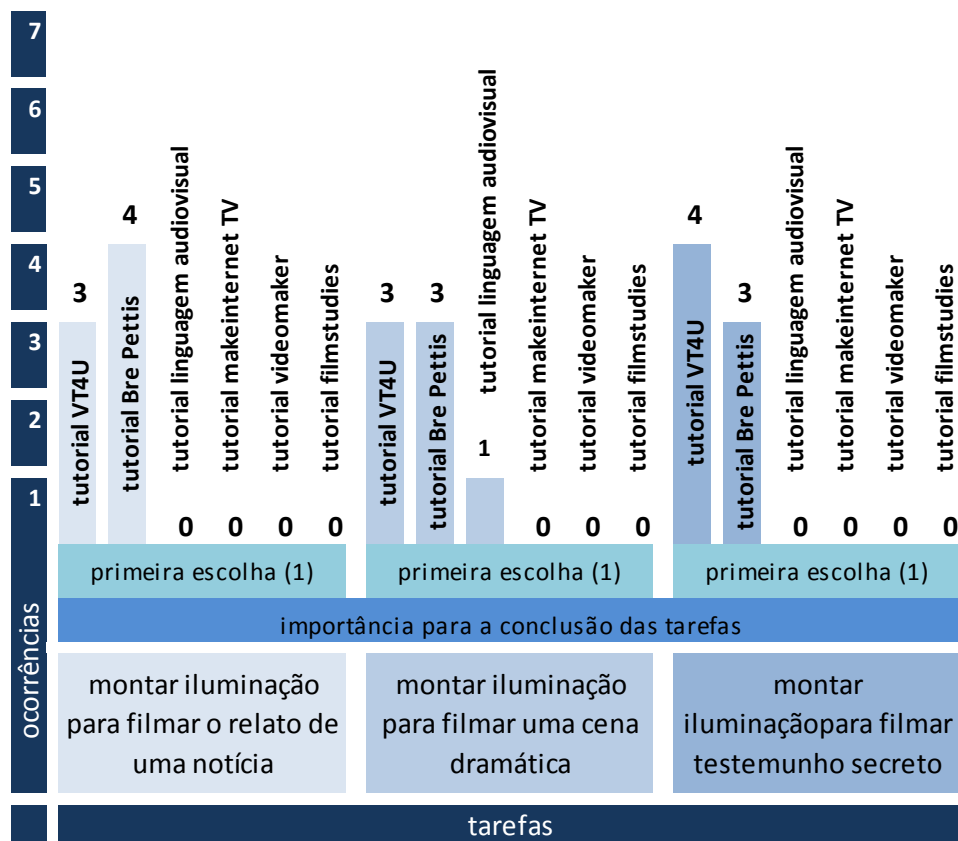


Gráfico 13 – Respostas relativas aos tutoriais mais importantes para a conclusão de cada tarefa do teste de iluminação

Durante o teste, pudemos observar directamente que quando os participantes tinham algumas dúvidas voltavam a ver os vídeos suspendendo-os, por vezes, numa frame com o exemplo da iluminação que estavam a tentar montar para poderem comparar. Estas acções revelaram-se interessantes, mostrando a preferência de visualizar exemplos nos vídeos apesar dos tutoriais esquemáticos terem fotografias ou desenhos exemplificativos facilmente acessíveis.

Na terceira questão tentamos identificar algumas razões que fazem com que os participantes escolham como mais relevante um determinado tutorial. Para isso, pedimos aos participantes para identificarem o tutorial “mais relevante no conjunto geral” das suas experiências no teste e ordenarem, por ordem de importância, quatro razões pré-definidas (de 1 a 4, sendo o 1 a mais importante e o 4 a menos importante). Ainda que

tenhamos pré-definido escolhas no sentido de simplificar e focar os testes, queremos ressaltar a importância e o alcance que a percepção dos utilizadores tem nesta avaliação. Aqui, as suas respostas dependem, mais do que nas questões anteriores, das suas opiniões pessoais. De notar que os inquiridos podiam eliminar razões que não considerassem válidas para a sua escolha.

De seguida, apresentamos e explicamos as quatro razões pré-definidas que os participantes deviam ordenar.

-“Porque preferimos o média em que o tutorial se apresentava (vídeo, esquemático, escrito)” – Apesar de se ter dados suficientes que mostram a preferência dos participantes pelo vídeo, revelava-se importante perceber a percepção dos utilizadores em relação a esta possível razão, isto é, saber se consideraram as suas escolhas de tutoriais como estando relacionadas com as tipologias em que se enquadram.

-“Porque continha informações mais relevantes para as tarefas” – Esta razão é a de natureza mais pragmática. Pretendemos saber se os participantes consideram as suas escolhas baseando-se apenas no carácter informativo dos tutoriais, no que toca às tarefas que tiveram de executar.

-“Porque preferimos o modo narrativo como apresentava os conteúdos” – Cada tipologia de tutoriais tem naturalmente possibilidades narrativas bastante distintas devido às suas características, mas mesmo dentro de uma mesma tipologia as formas de contar podem ser muito diferentes. Pretendemos avaliar se o modo como um determinado conteúdo é apresentado pode ser determinante na percepção dos utilizadores.

-“Porque preferimos o idioma em que o tutorial se apresentava” – Consideramos uma mais-valia o facto de o projecto VT4U ser em português, tendo em conta os poucos tutoriais que existem nesta língua. Com esta resposta tentámos perceber se os utilizadores partilham dessa percepção de valor.

Tutoriais mais relevantes no conjunto total da experiência

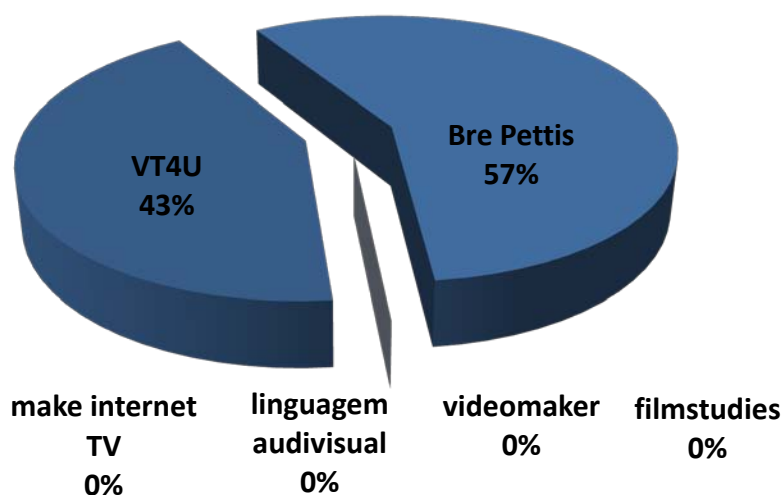


Gráfico 14 – Percentagem de escolhas dos tutoriais mais relevantes no conjunto total do teste de iluminação

No gráfico 14 podemos observar os tutoriais identificados como mais relevantes no conjunto geral do teste. Os tutoriais vídeo perfazem 100% das escolhas dos inquiridos, com o tutorial de iluminação Bre Pettis a obter 57% das escolhas e o tutorial VT4U a obter os 43% restantes. Estes resultados são coerentes com as respostas às questões anteriores.

No gráfico 15 apresentamos todos os resultados das razões escolhidas em relação ao tutorial VT4U.

A razão escolhida mais vezes como mais importante é “Porque continha informações mais relevantes para a tarefa”, o que demonstra que os participantes deram sobretudo importância aos conteúdos informativos do tutorial. A outra primeira escolha (mais importante) recaiu sobre a razão, “Porque preferimos o média em que o tutorial se apresentava”, o que poderá apontar para uma preferência reflectida dos tutoriais vídeo.

Justificações da escolha tutorial VT4U

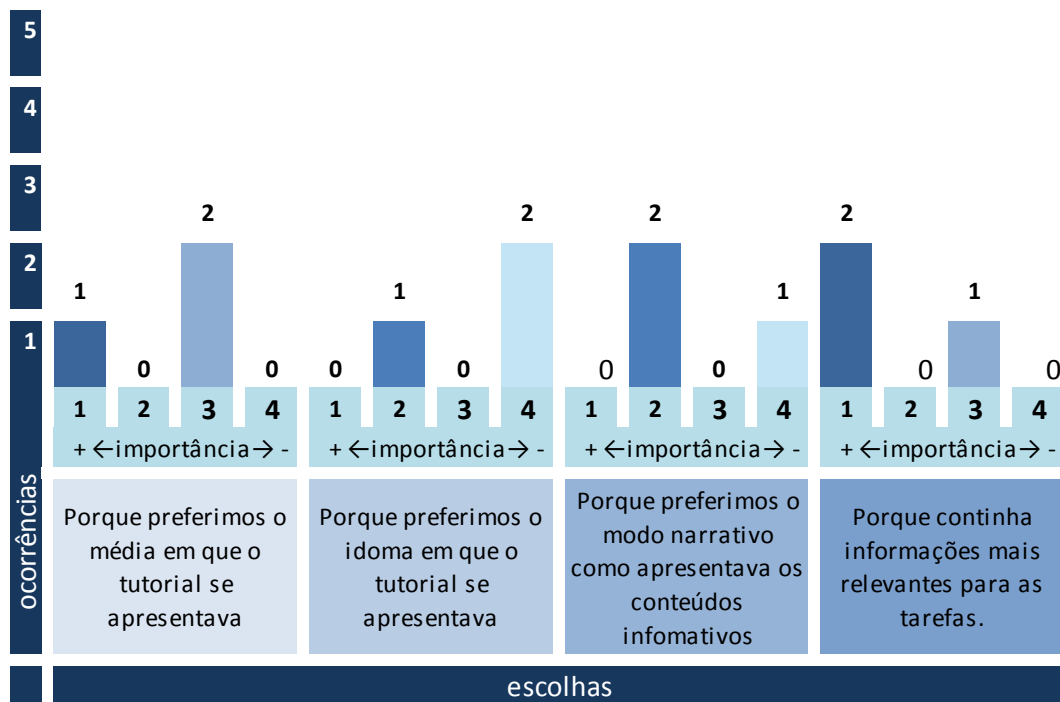


Gráfico 15 - Respostas relativas às razões da escolha do tutorial VT4U como mais importante para o teste de iluminação

No entanto, esta mesma razão tem duas escolhas como terceira opção na escala de importância. A razão, “Porque preferimos o modo narrativo como apresentava os conteúdos informativos” é duas vezes referenciada como segunda escolha e uma vez como última escolha. Pela nossa observação directa percebemos que, em relação ao tutorial VT4U, este é um ponto de discórdia: alguns participantes gostaram bastante da forma como era narrado enquanto outros acharam que era o ponto mais negativo desse tutorial. A razão relacionada com o idioma foi a que mais vezes foi escolhida como última razão. Podemos afirmar que os participantes não deram grande relevância à língua de apresentação. Este facto pode ser explicado pelas características da amostra. Sendo a maioria dos participantes alunos universitários num curso relacionado com novas tecnologias, é natural que se verifique uma certa indiferença relativamente ao facto de o tutorial ser em português ou em inglês. Em populações mais jovens poderiam ser obtidos resultados distintos. Ainda assim houve um grupo que colocou esta razão como segunda na escala de importância.

No gráfico 16 observam-se os resultados relativos ao tutorial Bre Pettis. A razão considerada em maior número como primeira escolha é novamente “Porque continha informações mais relevantes para a tarefa” reforçando a ideia já verificada no tutorial VT4U. Neste caso, no entanto, a razão “Porque preferimos o média em que o tutorial se apresentava” mostra os mesmo resultados. Mais um indício que revela uma escolha reflectida do vídeo por parte dos participantes. O modo narrativo aparece neste tutorial como uma razão de mediana importância, obtendo o mesmo número de segundas e terceiras escolhas. O idioma aparece com número total de últimas escolhas o que confirma de certa forma o mesmo tipo de razão dada para o tutorial VT4U.

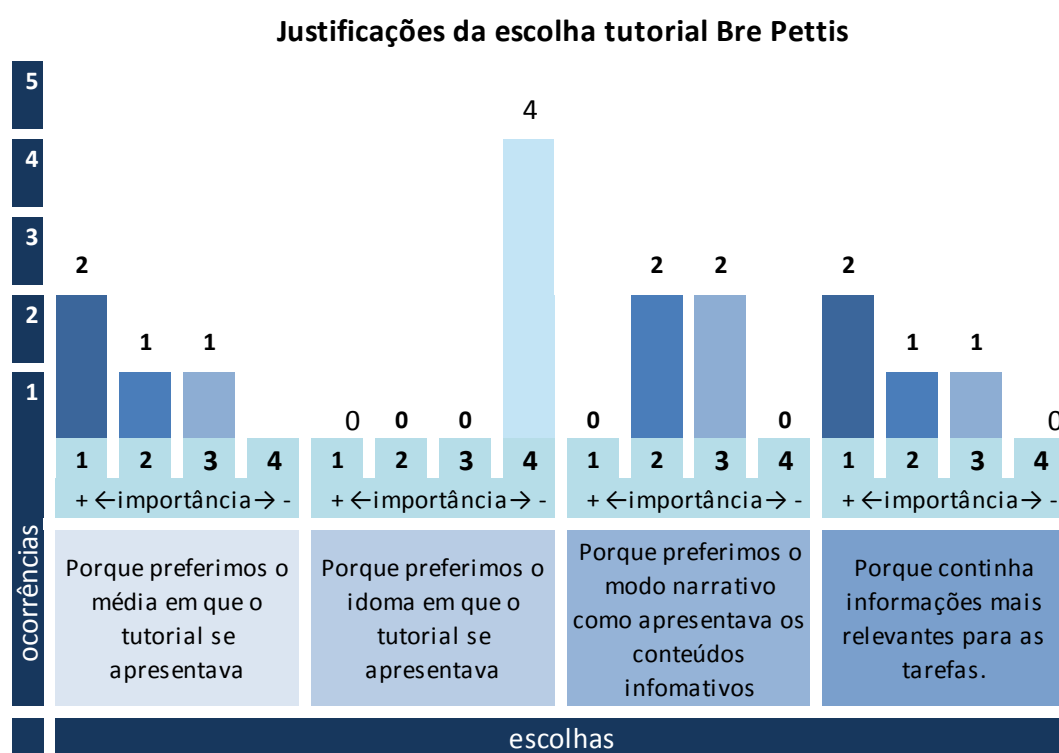


Gráfico 16- Respostas relativas às razões da escolha do tutorial “Bre Pettis” como mais importante para o teste de iluminação

O total de primeiras escolhas, independentemente dos tutoriais escolhidos como mais relevantes, é inteiramente distribuído entre as razões relacionadas com a tipologia

(média) e as razões relacionadas com as informações dos tutoriais, sendo que esta última razão é ligeiramente preferida.

As duas últimas questões no inquérito pós teste são especificamente relativas ao tutorial VT4U. Pedimos a todos os grupos de participantes que respondessem a essas duas questões caso tivessem visualizado o tutorial VT4U, sendo que a segunda questão era de resposta aberta.

No gráfico 17 apresentamos os resultados para a questão “Como classificariam o tutorial VT4U que viram enquanto um método de transmissão informal de conhecimentos sobre iluminação para vídeo”.

Como classificariam o tutorial VT4U que viram enquanto um método de transmissão informal de conhecimentos sobre iluminação para vídeo?

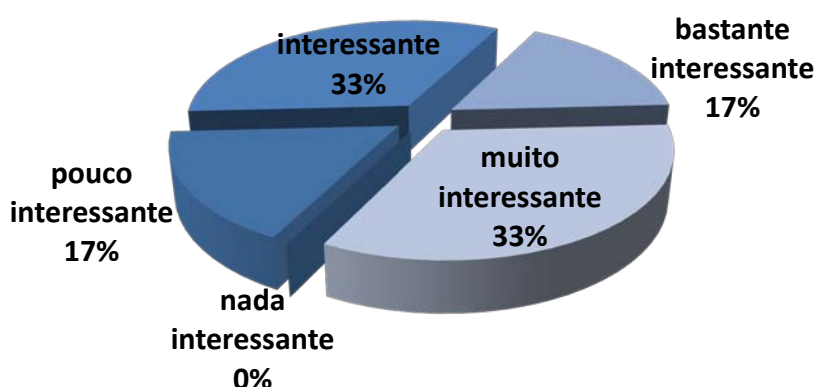


Gráfico 17 – Respostas sobre o grau de interesse do tutorial VT4U de iluminação

Como podemos ver as respostas são maioritariamente positivas, com um agregado de 83% de respostas entre o “interessante”, o “muito interessante” e “bastante interessante”. Apesar de 17% considerarem “pouco interessante”, estes dados são um sinal positivo para o projecto VT4U mostrando que o seu desenvolvimento tem valor.

Na última pergunta pedimos aos inquiridos para darem sugestões de como melhorar os tutoriais. Alguns grupos deixaram o espaço em branco enquanto outros disseram que o tutorial VT4U estava bem conseguido. Dois grupos referiram no entanto que achavam que o tutorial devia ser mais directo e sucinto. Esta questão prendia-se com a narrativa

um pouco complexa criada. É natural que alguns inquiridos, centrando-se sobretudo no carácter informativo dos tutoriais para a execução das tarefas, quisessem obter as informações de uma forma mais rápida e directa. Não deixa de ser um ponto que nos merece atenção ou a outros criadores de tutoriais, em vista de algum ajustamento em futuras versões do projecto. Houve ainda um grupo que considerou a linguagem do tutorial um pouco “infantil”, o que acaba por se prender também com a questão da narração. Neste caso, achamos que esta opinião deriva do facto de termos apontado o nosso público-alvo primário para alunos mais jovens, entre os 12 e os 16 anos. No entanto, apenas um grupo referiu este facto, o que nos leva a crer que a nossa escolha do público-alvo não foi de todo desacertada.

6.2.3 Vídeos produzidos pelos avaliadores

Todas as tarefas realizadas no teste de iluminação foram consideradas como bem sucedidas pela nossa observação directa no local. Este facto reforça a validade dos resultados dos questionários. Ainda assim, parece-nos interessante analisar alguma informação proveniente dos vídeos resultantes da execução das tarefas.

A tabela 2 apresenta os resultados da nossa avaliação técnica dos vídeos assim como as respostas às perguntas dos questionários que mais se relacionam com a execução das tarefas, nomeadamente os conhecimentos prévios que os participantes afirmaram ter (perguntas 6 e 7 do pré-questionário) e o tutorial que escolheram como mais importante para a realização das tarefas (pergunta 2 do questionário pós teste).

A nossa avaliação centrou-se apenas nos aspectos técnicos relacionados com os requisitos de cada tarefa, como por exemplo, qualidade geral da luz, iluminação da pessoa, iluminação do fundo e aspecto geral da iluminação da cena. Tendo em conta que cada grupo gravou vários *takes* procedemos à escolha do melhor *take* de cada grupo em cada tarefa. Os *clips* assim criados não foram alvo de qualquer edição para além desta escolha. Em termos de escala de avaliação decidimos usar apenas 3 níveis: não concluiu correctamente a tarefa, concluiu a tarefa com resultados medianos e concluiu a tarefa

com resultados muito bons (ver legenda). Atendendo ao carácter secundário da análise dos vídeos estes 3 níveis de avaliação parecem-nos suficientes.

Avaliação dos vídeos por tarefa e grupo para o teste de iluminação

grupo	conhecimentos prévios		tarefas	nota	tutorial referido
	alguma vez montou iluminação?	grau de conhecimentos (segundo os próprios)		(avaliação técnica)	(1ª escolha na relevância para a tarefa)
A	sim/não	básico/mediano	tarefa 1	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
B	não/não	básico/inexistente	tarefa 1	**	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 2	**	Ling. Audiovisual (esq.)
			tarefa 3	**	Bre Pettis (vídeo)
C	não/não	básico/básico	tarefa 1	**	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 2	**	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 3	**	Bre Pettis (vídeo)
D	não/não	básico/mediano	tarefa 1	**	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 2	*	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 3	**	Bre Pettis (vídeo)
E	sim/sim	básico/inexistente	tarefa 1	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	**	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
F	sim/não	mediano/básico	tarefa 1	*	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 2	*	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
G	sim/não	básico/básico	tarefa 1	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)

legenda: x - não concluiu correctamente a tarefa

* - concluiu a tarefa com resultados medianos

** - concluiu a tarefa com muito bons resultados

Tabela 2 – Avaliação dos vídeos referentes ao teste de iluminação

Os resultados apresentados com o título “conhecimentos prévios” apresentam duas respostas pois referem-se a cada uma das respostas individuais dos dois elementos do grupo.

Como podemos ver, não parece haver melhores classificações directamente relacionadas com a questão dos conhecimentos prévios. Existe sempre alguma

subjectividade na resposta dos inquiridos pois esta reporta à percepção que cada um tem de si mesmo, ainda assim, como já vimos na análise dos pré-questionários, não houve nenhum participante a considerar os seus conhecimentos muito altos. É interessante realçar que os melhores resultados, segundo a nossa avaliação, são os dos grupos cujos elementos nunca tinham montado qualquer tipo de iluminação para uma produção audiovisual. Através dos dados obtidos pela observação directa podemos revelar que os resultados, para além das fontes consultadas, dependeram sobretudo do grau de minúcia com que cada grupo tratou a montagem da iluminação. O grupo com melhores resultados (grupo B) procedeu a vários ajustes para atingir a iluminação que considerava perfeita. Outros grupos deixaram de fazer ajustes quando acharam que o processo geral de montagem já estava correcto e a iluminação era razoável. A área de iluminação requer muita prática e paciência na sua montagem e assim é fácil perceber que a partir de um certo nível a qualidade só pode aumentar se existir um trabalho mais atento e cuidado. Percebe-se que, num único teste de alguns minutos, isso não esteja ao alcance de todos, ainda assim ficámos agradavelmente surpreendidos com a capacidade de trabalho de alguns grupos.

No que toca à escolha do tutorial mais relevante para cada tarefa os resultados dividem-se entre os tutoriais vídeo VT4U e Bre Pettis, como os dados já analisados no ponto anterior revelavam. Parece existir uma ligeira vantagem nos grupos que referem o tutorial Bre Pettis e verifica-se uma preferência pelo tutorial VT4U dos grupos que já tinham montado iluminação anteriormente. Este facto pode ser explicado pelo carácter mais técnico e aprofundado do tutorial VT4U quando comparado com o carácter mais informal do tutorial Bre Pettis.

6.3. Teste de filmagem

6.3.1 Pré-questionário

Da mesma forma que o teste de iluminação, também o pré-questionário do teste de filmagem continha duas perguntas especificamente ligadas à matéria testada nas tarefas.

No gráfico 18, relativo aos resultados à pergunta “Alguma vez filmaste vídeo com uma câmara de filmar?”, vemos que a maioria dos inquiridos (93%) já filmou com câmara. Estes resultados por si só não indicam uma especial vantagem no que concerne aos conhecimentos do processo de filmar. Actualmente com a fácil acessibilidade a câmaras de filmar, quer pela quantidade de modelos à venda a preços acessíveis, quer pelas câmaras disponíveis nas próprias escolas é podemos perceber que uma grande parte da população jovem tenha feito filmagens. Este facto não impede no entanto que desconheçam técnicas específicas e relevantes ensinadas nos tutoriais disponíveis nas fontes de pesquisa.

Alguma vez filmaste vídeo com uma câmara de filmar?

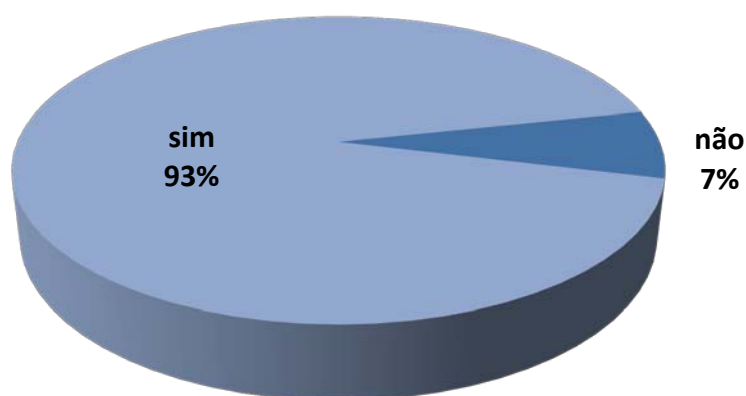


Gráfico 18 - Percentagem de inquiridos que já filmaram um vídeo com câmara de filmar

No gráfico 19 apresentamos os resultados para a segunda questão, “Como definirias os teus conhecimentos sobre o processo de filmar vídeo?”. Podemos ver como uma grande

parte dos inquiridos (64%) respondeu que possuía conhecimentos medianos, havendo 29% que consideraram os seus conhecimentos básicos e 7% que consideraram os seus conhecimentos elevados. Comparando estes resultados com os da mesma pergunta (com as devidas diferenças) do teste de iluminação notamos que existe uma percepção geral de maiores conhecimentos na área de filmagem. Este facto pode ser explicado pela própria popularidade e facilidade de criação de vídeos na actualidade. Desde das câmaras fotográficas aos telemóveis são muitas as opções que os utilizadores dispõem hoje para filmar vídeos o que vulgarizou o próprio acto de filmar. Assim percebe-se que a percepção dos conhecimentos sobre o processo de filmar seja mais elevada que a de montagem de iluminação que é um processo menos comum e mais complexo.

Como definirias o teu conhecimento sobre o processo de filmar vídeo?

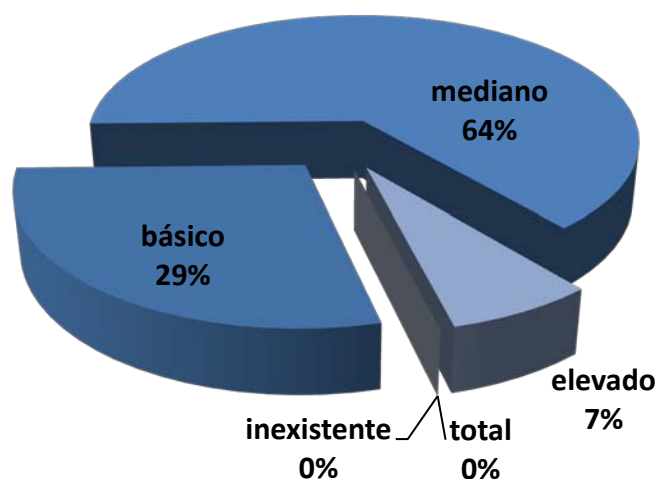


Gráfico 19 - Reposta dos inquiridos na definição dos seus conhecimentos prévios sobre o processo de filmar.



Figura 10 – Área de consulta de fontes de pesquisa

6.3.2 Questionário pós teste

O questionário pós-teste de filmagem é semelhante ao do teste de iluminação, mudando apenas nos pormenores associados à temática específica do teste. Como tal, a análise que apresentamos agora para o questionário pós teste de filmagem é similar à feita para o teste de iluminação.

Na primeira pergunta, “Para cada uma das fontes que vos foram disponibilizadas indiquem a opção mais próxima da vossa experiência”, solicitamos aos inquiridos para identificarem os tutoriais que consultaram durante o teste.

Identificação dos tutoriais consultados

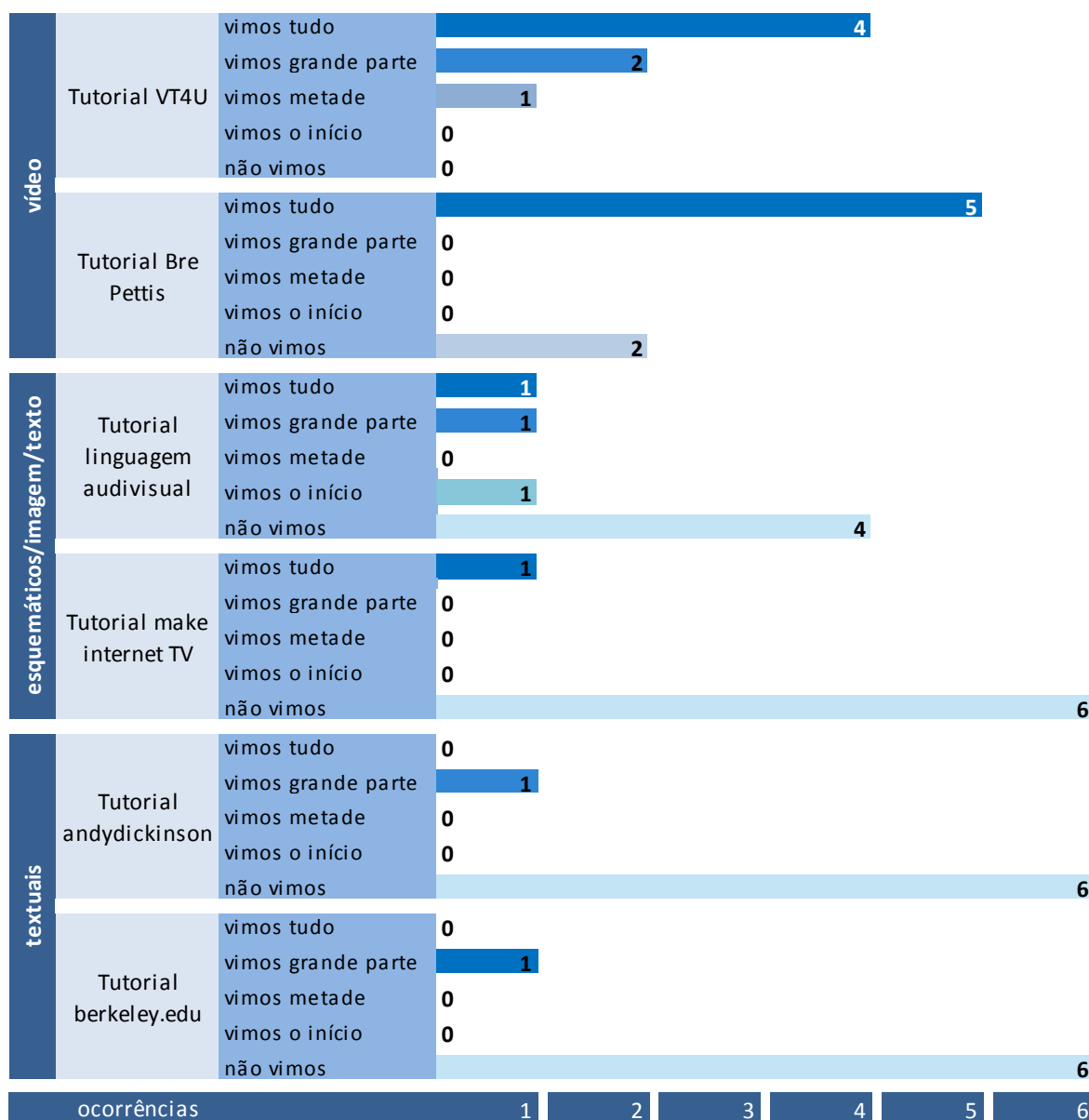


Gráfico 20 – Identificação dos tutoriais de filmagem consultados segundo escala pré-definida

No gráfico 20 observamos o número total de visualizações referentes a cada tutorial e percebemos se foram vistos de uma forma integral ou visualizados apenas de uma forma superficial. Tal como no teste de iluminação notamos que a maioria dos grupos inquiridos nem sequer viu os dois últimos tutoriais referentes aos tutoriais textuais. Este facto reforça o carácter pouco apelativo que os tutoriais textuais têm.

Considerando, mais uma vez (como já fizemos na análise do teste de iluminação), que qualquer resposta que não fosse “não vimos” conta como consulta a um tutorial podemos observar no gráfico 21 os resultados da distribuição de visualizações por tipologia. Os resultados mostram novamente que a tipologia de vídeo é a que obtém a maior percentagem de visualizações (67%) seguida da referente aos tutoriais esquemáticos (22%) e por fim dos textuais (11%).

Distribuição das visualizações dos tutoriais por tipologias

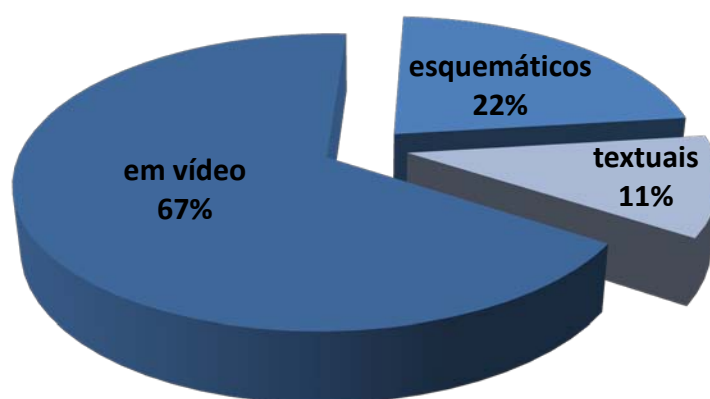


Gráfico 21 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de filmagem por tipologias, considerando qualquer resposta que não fosse “não vimos”

Se considerarmos para efeitos de visualizações apenas as respostas “vimos tudo” os resultando beneficiam ainda mais a tipologia vídeo. No gráfico 22 podemos ver como, usando esta definição, os tutoriais em vídeo representam 82% das visualizações enquanto que os esquemáticos representam os restantes 18%.

Distribuição das visualizações completas ("vimos tudo") dos tutoriais por tipologias

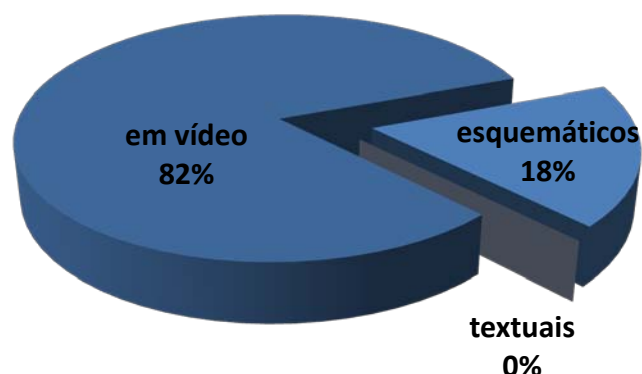


Gráfico 22 – Percentagem das visualizações dos tutoriais de filmagem por tipologias considerando apenas as respostas “vimos tudo”

Estes resultados reforçam os dados já obtidos no teste de iluminação apontando para o carácter mais apelativo do vídeo em relação às restantes tipologias.

A observação directa dos participantes durante a consulta das fontes de pesquisa do teste de filmagem confirma estes dados e acrescenta informações semelhantes às que já referimos na análise do teste de iluminação.

Na segunda questão, “ Enumerem, por ordem de importância, quais os tutoriais que consideram mais relevantes para a conclusão de cada tarefa”, os participantes deveriam enumerar por ordem de importância para cada tarefa o tutorial mais relevante para a conclusão da dessa mesma tarefa. Foi ainda explicado que caso não considerassem determinado tutorial relevante podiam simplesmente omiti-lo.

No gráfico 23 podemos observar o número de vezes que cada tutorial foi primeira escolha nas diferentes tarefas. O tutorial vídeo “VT4U” recolhe o maior número de primeiras escolhas, havendo apenas uma primeira escolha do tutorial, também em vídeo, “Bre Pettis” na tarefa “filmar, seguindo o percurso de uma pessoa”. Mais uma vez fica patente a preferência dos inquiridos pelo vídeo como método formativo. A tipologia vídeo ocupa 100% das primeiras escolhas em todas as tarefas. Os resultados são também neste caso muito positivos no que refere ao tutorial VT4U mostrando que o tutorial apresentava os seus conteúdos formativos de uma maneira interessante e relevante.

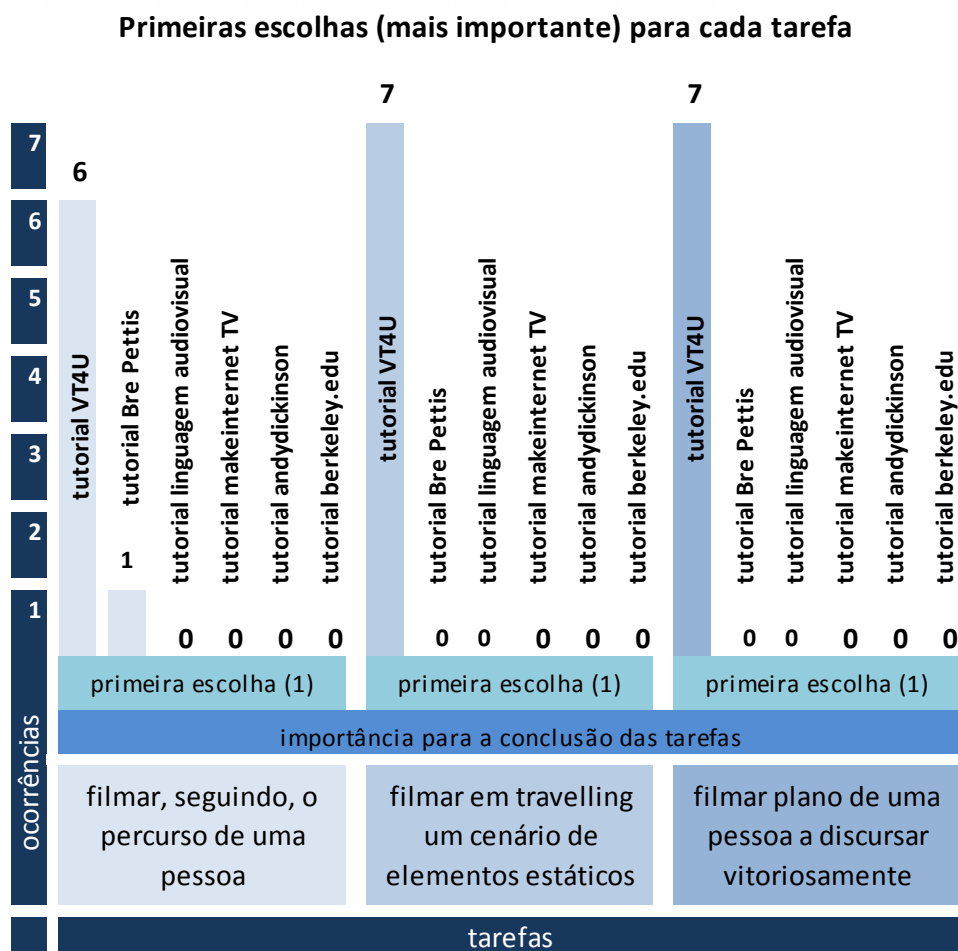


Gráfico 23 – Respostas relativas aos tutoriais mais importantes para a conclusão de cada tarefa do teste de filmagem

Na terceira pergunta tentamos identificar algumas razões que fazem com que os participantes escolham como mais relevante um determinado tutorial. Para isso, solicitou-se aos participantes para nomearem o tutorial “mais relevante no conjunto geral” das suas experiências no teste e ordenarem, por ordem de importância, quatro razões que pré-definimos (de 1 a 4, sendo o 1 a mais importante e o 4 a menos importante).

Tutoriais mais relevantes no conjunto total da experiência

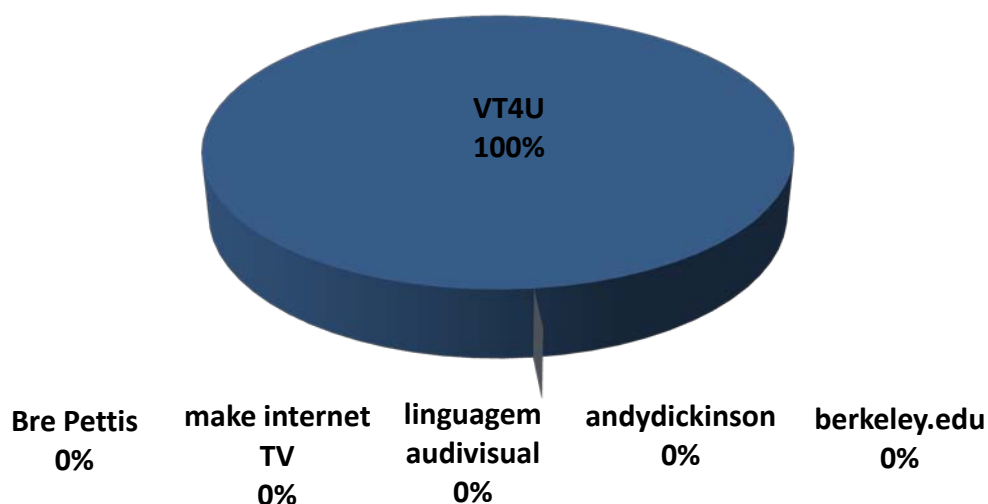


Gráfico 24– Percentagem de escolhas dos tutoriais mais relevantes no conjunto total do teste de filmagem

No gráfico 24 observamos os tutoriais nomeados como mais relevantes no conjunto geral do teste. Como podíamos antever com os resultados do gráfico anterior (gráfico 23) o tutorial vídeo VT4U perfaz 100% das escolhas dos inquiridos confirmando mais uma vez a preferência do vídeo em geral.

No gráfico 25 apresentamos todos os resultados das razões escolhidas em relação ao tutorial VT4U. À semelhança do que aconteceu com o teste de iluminação a razão escolhida mais vezes como mais importante é “Porque continha informações mais relevantes para a tarefa”. Por um lado este facto demonstra mais uma vez a importância que os inquiridos deram aos conteúdos informativos do tutorial. Por outro lado é de notar que embora 4 das 7 respostas possíveis colocam esta razão em primeiro as restantes 3 respostas colocam-na em terceiro e quarto lugar, ou seja, numa posição de menor importância. Uma possibilidade para este facto, confirmada pela nossa observação directa do teste, é que alguns dos inquiridos consideraram que todos os tutoriais continham informações relevantes e que como tal seriam outros aspectos a marcar a diferença no que toca à sua importância para a experiência global do teste.

Justificações da escolha tutorial VT4U

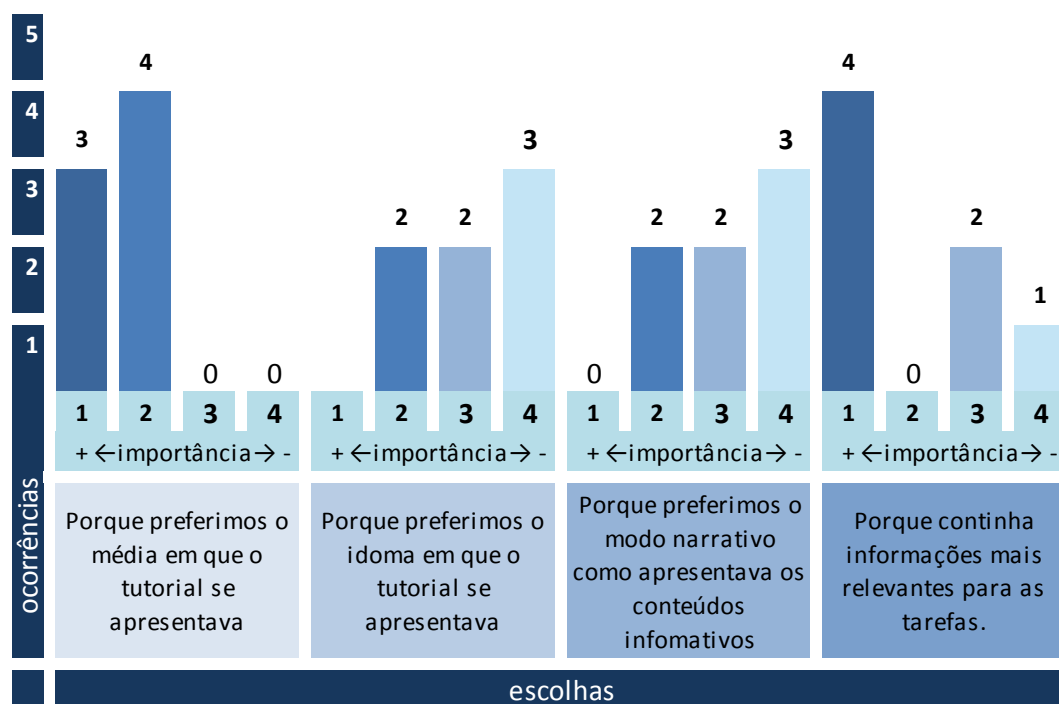


Gráfico 25 – Respostas relativas às razões da escolha do tutorial VT4U como mais importante para o teste de filmagem

A segunda razão referida mais vezes como mais importante é “Porque preferimos o média em que o tutorial se apresentava”. Esta razão é também a que mais vezes é referida como segunda mais importante (razão número 2). Das 7 possíveis respostas, 3 colocam-na como a mais importante e 4 como a segunda mais importante, o que podemos entender como sendo uma razão mais consensual e possivelmente a mais importante no cômputo geral.

As razões “Porque preferimos o modo narrativo como apresentava os conteúdos informativos” e “Porque preferimos o idioma em que o tutorial se apresentava” apresentam exactamente o mesmo número de respostas na escala de importância. A maioria das respostas coloca estas razões de escolha como menos importantes. Ainda assim cada uma destas razões obteve duas respostas que as colocam como segunda razão mais importante. Assim, apesar de uma relativa falta de importância tendo em conta as outras razões existe público que dá valor tanto ao idioma do tutorial como ao modo narrativo em que se apresentam.

Nas duas últimas questões, especificamente ligadas ao tutorial VT4U, pedimos que respondessem todos os grupos que tivessem visualizado o tutorial VT4U.

Como classificariam o tutorial VT4U que viram enquanto um método de transmissão de conhecimentos sobre o processo de filmar?

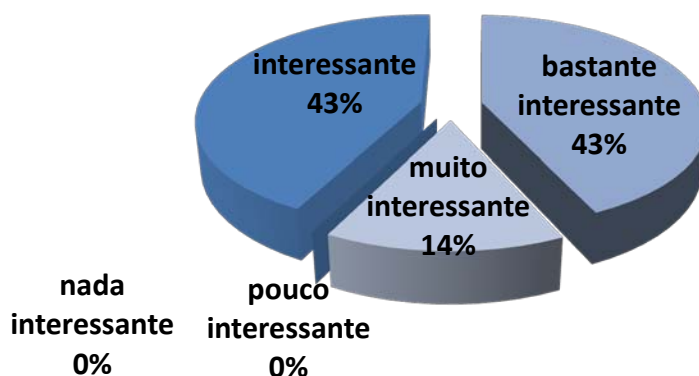


Gráfico 26 – Respostas sobre o grau de interesse do tutorial VT4U sobre filmagem

No gráfico 26 apresentamos os resultados da penúltima questão, “Como classificariam o tutorial VT4U que viram enquanto um método de transmissão de conhecimentos sobre o processo de filmar vídeo”. Podemos ver que os resultados são positivos não havendo nenhum inquirido que tenha achado o tutorial “pouco interessante” e “nada interessante”. Os resultados centram-se nos que acharam os tutoriais “interessantes” e “bastante interessante” (43% cada) havendo ainda 14% que consideraram o tutorial VT4U filmagem muito interessante.

Na última pergunta, de resposta aberta, pedimos aos participantes para darem sugestões de como melhorar o tutorial VT4U. Como na pergunta equivalente do teste de iluminação um grupo referiu que a linguagem estava um pouco infantil enquanto outro grupo referiu que a narrativa podia ser mais directa e sucinta. Estas sugestões já foram analisadas na questão do teste de iluminação. Outra sugestão foi a de melhorar a diferença de som entre as partes de discurso com a música que acompanha os

separadores. Esta é uma questão técnica que pode ser facilmente resolvida em versões futuras.

6.3.3 Vídeos produzidos pelos avaliadores

À semelhança do que aconteceu com o teste de iluminação, todas as tarefas realizadas no teste de filmagem foram consideradas como bem sucedidas pela nossa observação directa no local. Este facto é suficiente para validar os resultados dos questionários.

Avaliação dos vídeos por tarefa e grupo para o teste de iluminação

grupo	conhecimentos prévios		tarefas	nota	tutorial referido
	alguma vez filmou vídeo com câmara?	grau de conhecimentos (segundo os próprios)		(avaliação técnica)	(1ª escolha na relevância para a tarefa)
A	sim/sim	básico/mediano	tarefa 1	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	**	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
B	sim/sim	elevado/mediano	tarefa 1	**	Bre Pettis (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
C	sim/sim	mediano/mediano	tarefa 1	**	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	*	VT4U (vídeo)
D	sim/sim	mediano/mediano	tarefa 1	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	**	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
E	sim/sim	mediano/mediano	tarefa 1	**	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)
H	sim/sim	básico/básico	tarefa 1	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	*	VT4U (vídeo)
I	não/sim	básico/mediano	tarefa 1	**	VT4U (vídeo)
			tarefa 2	*	VT4U (vídeo)
			tarefa 3	**	VT4U (vídeo)

legenda: x - não concluiu correctamente a tarefa

* - concluiu a tarefa com resultados medianos

** - concluiu a tarefa com muito bons resultados

Tabela 3 – Avaliação dos vídeos referentes ao teste de filmagem

Da mesma forma que fizemos para o teste de iluminação reunimos também para o teste de filmagem mais informação numa tabela contendo uma avaliação técnica dos *clips* resultantes da execução das tarefas. A tabela contém os mesmos itens já referidos para a tabela 2.

Os resultados apresentados na tabela 3 mostram que para o teste de filmagem nenhum grupo parece destacar-se no que se refere à classificação. A pergunta “Alguma vez filmou vídeo com câmara” (pergunta do pré-questionário do teste de filmagem) não terá qualquer influência nos resultados tendo em conta que as respostas são iguais para todos os grupos (sim) exceptuando um, que ainda assim tem uma resposta igual a todos os outros. Já o grau de conhecimentos prévios pode ser uma das causas para que o grupo H obtenha resultados relativamente mais baixos que os restantes, tendo em atenção que ambos os participantes desse grupo definiram o seu conhecimento na área como básico.

Finalmente, no que toca as escolhas dos tutoriais, não podemos avaliar um possível impacto na avaliação técnica tendo em conta que cerca de 95% das escolhas referentes ao tutorial mais importante recaem sobre o tutorial VT4U, não existindo dados suficientes para fazermos uma comparação entre nota de avaliação e tutoriais escolhidos.

7. Considerações finais

7.1. Conclusões

Com o advento da *Web 2.0*, a Internet tornou-se sobretudo numa plataforma participativa em que os diferentes utilizadores contribuem para o seu enriquecimento pela partilha das suas próprias experiências. Os UGCs são um exemplo desta Web participativa representando os diversos tipos de conteúdos publicados na Internet produzidos pelos seus utilizadores. O projecto VT4U que realizamos pretende, dentro do espírito da partilha da *Web 2.0*, servir como uma ferramenta de formação aos potenciais produtores de UGCs audiovisuais. Apoiados neste projecto tentámos perceber neste estudo o potencial do vídeo como ferramenta de formação dentro do próprio contexto do audiovisual para o utilizador geral da Internet. Procurámos avaliar se o vídeo era um método preferencial e eficaz na transmissão de informação de carácter formativo comparando-o com os métodos textuais e esquemáticos. Da mesma forma procurámos avaliar o projecto VT4U.

Com a análise que fizemos foi possível verificar que o vídeo é em geral uma tipologia de formação preferencial relativamente a outras (textuais, esquemáticas) e mostrou-se eficaz na transmissão de informações formativas. As tarefas que propusemos nos testes de avaliação foram todas concluídas com sucesso e os tutoriais vídeo representam a maioria das escolhas que os participantes indicaram como mais importantes para a conclusão das mesmas. Na escolha dos tutoriais mais importante para a experiência geral dos testes os tutoriais em vídeo arrebatarem 100% das decisões dos participantes. Dentro das possíveis razões para essas escolhas uma grande parte dos inquiridos indicou que se devia ao facto da tipologia desses tutoriais ser o vídeo sendo que a adequação dos conteúdos às tarefas foi outra razão muito referida.

Todos estes dados apontam para o potencial do vídeo enquanto veículo de informações de carácter formativo.

Relativamente ao projecto VT4U os resultados provenientes da análise que realizamos são positivos. Os dois tutoriais VT4U testados foram muitas vezes escolhidos como sendo

mais relevantes para cada tarefa. Nos resultados respeitantes ao tutorial mais relevante no conjunto geral das experiências vividas pelos participantes durante os testes, os tutoriais VT4U obtiveram o segundo lugar no teste de iluminação com 43% das escolhas e o primeiro lugar para o teste de filmagem com 100% das escolhas. Uma das razões mais referidas para a escolha dos tutoriais VT4U como mais relevantes para a experiência geral do teste foi o conteúdo informativo o que indica que os tutoriais cumpriam com os seus objectivos formativos. De destacar que o tutorial alternativo em vídeo que era fornecido aos avaliadores, do criador de conteúdos Bre Pettis é uma das referências em tutoriais vídeo na internet. Bre Pettis é um conhecido criador de tutoriais dentro da filosofia DIY (do it yourself: faça você mesmo) com cerca de 200 vídeos produzidos que contabilizavam mais de 15 milhões de visualizações em Fevereiro de 2009.⁵⁹

Na escala de interesse proposta numa das perguntas dos testes, os tutoriais VT4U também obtêm resultados positivos com apenas uma resposta abaixo de “interessante”, correspondendo a 8% do total de respostas. Já as respostas que contabilizamos acima da escolha “interessante” representam 54% do total. Estes resultados que representam a opinião mais directa dos participantes são animadores.

Os dados que recolhemos sobre os tutoriais VT4U demonstram ainda a sua validade enquanto ferramenta formativa e apontam para o potencial de projectos semelhantes.

7.2. Limites do estudo

Existem dois factores que limitam o presente estudo. O primeiro prende-se com a dimensão da amostra. Por um lado, a amostra não é muito extensa o que deriva dos próprios constrangimentos técnicos dos testes e dos recursos disponíveis. Por outro lado, a amostra apenas representa uma parte do público-alvo do projecto VT4U sendo que fica por testar o impacto dos tutoriais num público mais jovem entre os 12 e os 16 anos.

O segundo factor é o facto de que não foi possível testar todos os tutoriais que constituem o projecto VT4U. Os constrangimentos de tempo e técnicos resultantes da própria área de acção de alguns dos tutoriais impossibilitavam que se testasse

⁵⁹ <http://www.brepettis.com/videos/>, acedido em 5-11-2010

convenientemente todos os episódios que criámos. Assim, só podemos trabalhar com os dados recolhidos para os dois tutoriais testados o que apesar de fornecer informações gerais sobre o projecto não identifica eventuais falhas em episódios específicos.

Estes factores limitam o carácter deste estudo não sendo possível fazer extensas generalizações com os dados que estudámos embora seja informação relevante para a avaliação dos resultados obtidos por este projecto

7.2. Caminhos futuros

Com o projecto VT4U tentámos colocar à disposição uma ferramenta para o público não especializado com interesse no ramo audiovisual. Seria interessante continuar o projecto melhorando-o segundo os dados que recolhemos ou criar um novo projecto mais ambicioso e abrangente que pudesse construir a sua base por cima do projecto VT4U.

No que toca a uma análise mais abrangente dos tutoriais VT4U seria relevante testar todos os tutoriais em diferentes intervalos etários com uma amostra um pouco maior.

Este estudo, ainda que especificamente ligado à área do audiovisual, indicia o potencial dos tutoriais em vídeo para outras matérias práticas. Seria enriquecedor que fossem criados mais projectos no nosso país, dentro do espírito de democratização da *Web 2.0.*, com o intuito de ajudar a melhorar os processos de criação dos utilizadores comuns para as mais diversas matérias

8. Bibliografia

Adão, C. (2006). Tecnologias de Streaming em Contextos de Aprendizagem. Departamento de Sistemas de Informação. Guimarães, Universidade do Minho.

AdobeSystems (2008). Adobe Flash Player Version Penetration. Disponível em http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/version_penetration.html,
acedido em 07/02/2009

Alexa. Top 500 Global Sites. Disponível em <http://www.alexa.com/topsites>, acedido em 22/05/2010

Antunes, A., A. Ferreira, et al. (2007). Identificação de casos de sucesso de uso do vídeo na web em diferentes áreas.

Beet.tv. (2010). Dailymotion Hits 70 Million Monthly Uniques with 57 Percent Jump in North America: Launches in Australia, Next Morocco. Disponível em <http://www.beet.tv/2010/09/dailymotiongrowth.html>, acedido em 30/09/2010.

Bre, Pettis. (2008). Getting started in Video – Lighting. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=ilHaSwPkLx4&playnext=1&list=PL4FE607EE0BE3EF3F&index=18>

Bre, Pettis. (2008). Getting started in Video – Pushing the red button. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=UQXtkUgfJ2Y&playnext=1&list=PL4FE607EE0BE3EF3F&index=14>

Carmo, H., & Ferreira, M. M. (1998). Metodologia da Investigação - Guia para Auto-Aprendizagem. Lisboa, Universidade Aberta.

Cassidy, K. (2009) Video Lighting Basics - Three-Point Lighting. Disponível em <http://co101w.col101.mail.live.com/default.aspx?rru=inbox>

CI IT Solutions. Dot Com burst. Disponível em <http://www.ciits.com/pdf/dotcomburst.pdf>,
acedido em 10/01/2009

Cha, M., H. Kwak, et al. (2007). I Tube, You Tube, Everybody Tubes: Analyzing the World's Largest User Generated Content Video System.

comScore (2010). YouTube Streams All-Time High of 14.6 Billion Videos Viewed.
Disponível em [http://www.comscore.com/Press Events/Press Releases/2010/6/comScore Releases May 2010 U.S. Online Video Rankings](http://www.comscore.com/Press%20Events/Press%20Releases/2010/6/comScore%20Releases%20May%202010%20U.S.%20Online%20Video%20Rankings),
acedido em 07/09/2010

comScore (2010). Rapport premier semestre. Disponível em <http://www.slideshare.net/StephaneHuy/comscore-2010-rapport-premier-semestre>,
acedido em 07/09/2010

Current. Faq. Disponível em <http://current.com/s/faq.htm>, acessado em 20/09/2010

Dickinson, A. (2007). Online Vídeo: Shooting Tips. Disponível em <http://www.andydickinson.net/2007/07/06/online-video-shooting-tips/>

Ei magazine. (2004). The 7Cs of intranets. Disponível em <http://www.eimagazine.com/xq/asp/sid.0/articleid.B2BDB052-0894-489E-A318-82F600DA7CF8/qx/display.htm>, acessado em 14/02/2009

Formare. Origem. Disponível em <http://www.formare.pt/apresentacao/origem.aspx>, acessado em 10-01-2009

Fritz, M. (2004). Tools for Schools: Streaming Helps Teachers Reach More Students. Disponível em <http://www.streamingmedia.com/article.asp?id=8763&c=6>, acessado em 10-01-2009

Gil, A. C. (1987). Métodos e técnicas da pesquisa Social. S. Paulo, Atlas

Graham, P. (2005). Web 2.0. Disponível em <http://www.paulgraham.com/web20.html>, acessado em 22/05/2010

Grabowicz, P. & Seidler, E. & Reynolds, P. (2009). Video Techniques. Disponível em http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/shooting_tips/planshoot/

Hoffman, H. (2008). Youtube stats revealed. Disponível em http://news.cnet.com/8301-13515_3-9904381-26.html acedido em 07/01/2009.

Klass, B. (2003). Streaming Media in Higher Education: Possibilities and Pitfalls. Disponível em <http://www.streamingmedia.com/article.asp?id=8763&c=6>, acedido em 10/01/2009

Lagarto, J. R. (2003). Ensino a Distância e Formação Contínua: uma análise prospectiva sobre a utilização do ensino a distância na formação profissional contínua de activos em Portugal. Lisboa.

Lessig, L. (2002). Free Culture. Disponível em <http://randomfoo.net/oscon/2002/lessig/free.html>, acedido em 08/01/2019

Lessig, L. (2007). How creativity is being strangled by the law. Disponível em http://www.ted.com/index.php/talks/larry_lessig_says_the_law_is_strangling_creativity.html, acedido em 08/02/2009

Mashable. (2010). YouTube Launches Support for HTML5. Disponível em <http://mashable.com/2010/01/20/youtube-html5/>, acedido em 07/09/2010

McCrohon, M., V. Lo, et al. (2001). Video Streaming of Lectures via the Internet: an experience. Melbourne, University of Melbourne.

MCT, (1997). Livro Verde: Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal.
Lisboa

Miller, R. (2007). Today's Content is a Two Way Street.

OCDE (2007). Participative WEB: User-Created Content.

O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0. Disponível em
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>,
acedido em 06/01/2009

Petiz, S. (2006). O e-Learning como instrumento de inovação no ensino e na formação – o caso do Programa Aveiro Norte. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Aveiro, Universidade de Aveiro.

PewInternet, Purcell, K. (2010). The State of Online Video. Disponível em
<http://pewinternet.org/~media//Files/Reports/2010/PIP-The-State-of-Online-Video.pdf>,
acedido em 22/05/2010

PRWeb (2008). Dailymotion Holds Position as The World's Largest Independent Web Video Site. em
<http://www.prweb.com/releases/dailymotion/webvideo/prweb1752994.htm>, acedido
em 07/01/2009

Quico, C. (2007). Participação nos media e os jovens dos 12 aos 18 anos: estudo de avaliação de um formato 'cross-media'. Lisboa, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Quivy, R. & Campenhout, L. (1992). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa, Gradiva

Ramos, D. (2008). Linguagem Audiovisual.

RTP. Programas 1960 – Telescola. Disponível em <http://www.rtp.pt/web/historiartp/1960/telescola.htm>, acedido em 10/02/2009

Sapo. (2006). Sapo Vídeos no Ar. Disponível em <http://sapovideos.blogs.sapo.pt/2006/12/>, acedido em 07/01/09

Switched. (2007). YouTube Mobile goes live. Disponível em <http://downloadsquad.switched.com/2007/06/17/youtube-mobile-goes-live/>, acedido em 07/09/2010

TeacherTube. About. Disponível em <http://www.teachertube.com/about.php>, acedido em 10/01/2009

The Participatory Culture Foundation. Make Internet TV. Disponível em <http://makeinternettv.org/>

Thornhill, S., M. Asensio, et al. (2002) Video Streaming: a guide for educational development.

Valinoti, S. R. (2007) Three-Point Lighting. Disponível em <http://www.suite101.com/content/threepoint-lighting-a27970>

Vidal, E. (2002). Ensino à Distancia vs Ensino Tradicional. Porto, Universidade Fernando Pessoa.

Vimeo. (2008) New upload rules. Disponível em <http://www.vimeo.com/blog:140>,
acedido em 07/01/2009

VitalStream (2003) Getting started in online education: stream your classes and training online.

9. Anexos

Anexo 1



Olá. Este questionário pretende estudar a relevância de diversas tipologias de tutoriais sobre a criação de vídeo para a internet. Asseguramos que todos os dados serão tratados anonimamente. Agradecemos desde já a tua participação.

Nome:

Idade: Sexo: m ☐ f ☐

1. Alguma vez publicaste um vídeo na internet (criado ou não por ti)?

sim ☐ não ☐

2. Alguma vez criaste um vídeo (totalmente original ou reeditado por ti) publicando-o na internet?

sim ☐ não ☐

3. Como definirias o teu conhecimento sobre criar vídeos (desde criar a história, filmar e editar) apropriados à publicação na Internet?

inexistente ☐ básico ☐ mediano ☐ elevado ☐ total ☐

4. Qual é o teu interesse em criares vídeos para publicares na internet?

nada interessado ☐ pouco inter. ☐ interessado ☐ bastante inter. ☐ muito interessado ☐

5. Alguma vez procuraste saber mais sobre criação de vídeos através de sites ou tutoriais disponíveis na internet?

sim ☐ não ☐

Se respondeste “sim” à pergunta 5 responde ainda:

5.1. Que tipo de sites/tutoriais consultaste?

em vídeo ☐ esquemático/imagens e texto. ☐ textuais ☐

5.2. Qual o teu grau de satisfação em relação às respostas dadas pelos sites/tutoriais face às tuas dúvidas/questões ?

nada satisfeito ☐ pouco sat. ☐ satisfeito ☐ bastante sat. ☐ muito satisfeito ☐

6. Alguma vez montaste iluminação para uma produção audiovisual (video, teatro, etc).

sim ☐ não ☐

7. Como definirias o teu conhecimento sobre iluminação no contexto de vídeo adequado à publicação na Internet?

inexistente ☐ básico ☐ mediano ☐ elevado ☐ total ☐

Obrigado pela tua participação!

Olá. Este questionário pretende estudar a relevância de diversas tipologias de tutoriais sobre a criação de vídeo para a internet. Asseguramos que todos os dados serão tratados anonimamente. Agradecemos desde já a tua participação.

Nome:

Idade: Sexo: m ☐ f ☐ Equipa:

1. Alguma vez publicaste um vídeo na internet (criado ou não por ti)?

sim ☐ não ☐

2. Alguma vez criaste um vídeo (totalmente original ou reeditado por ti) publicando-o na internet?

sim ☐ não ☐

3. Como definirias o teu conhecimento sobre criar vídeos (desde criar a história, filmar e editar) apropriados à publicação na Internet?

inexistente ☐ básico ☐ mediano ☐ elevado ☐ total ☐

4. Qual é o teu interesse em criares vídeos para publicares na internet?

nada interessado ☐ pouco inter. ☐ interessado ☐ bastante inter. ☐ muito interessado ☐

5. Alguma vez procuraste saber mais sobre criação de vídeos através de sites ou tutoriais disponíveis na internet?

sim ☐ não ☐

Se respondeste “sim” à pergunta 5 responde ainda:

5.1. Que tipo de sites/tutoriais consultaste?

em vídeo ☐ esquemático/imagens e texto. ☐ textuais ☐

5.2. Qual o teu grau de satisfação em relação às respostas dadas pelos sites/tutoriais face às tuas dúvidas/questões ?

nada satisfeito ☐ pouco sat. ☐ satisfeito ☐ bastante sat. ☐ muito satisfeito ☐

6. Alguma vez filmaste vídeo com uma câmara de filmar?

sim ☐ não ☐

7. Como definirias o teu conhecimento sobre o processo de filmar vídeo?

inexistente ☐ básico ☐ mediano ☐ elevado ☐ total ☐

Obrigado pela tua participação!

Anexo 2

Guião de Actividades (iluminação)

Olá! Desde já agradecemos a vossa participação. Na pasta “recursos_iluminação” localizada no vosso Desktop vão encontrar os recursos necessários à realização das tarefas aqui descritas. Estes recursos estão divididos em três pastas relativamente ao seu tipo: recursos em vídeo, recursos com imagens/esquemas e recursos só em texto. Terão 25 minutos para se concentrarem nessa pesquisa ao fim dos quais devem realizar as seguintes tarefas:

1. Montar iluminação adequada para filmar o relato da seguinte notícia:

“Um homem nos E.U.A foi preso logo após ter sido libertado da prisão. Ao que parece não resistiu a tentar levar algumas recordações da Esquadra de Policia onde estava, pelo que foi prontamente apanhado com o material roubado.”

2. Montar iluminação adequada para filmar a seguinte monólogo/cena dramática:

**“Teus olhos entristecem
Nem ouves o que digo.
Dormem, sonham esquecem...
Não me ouves, e prossigo.**

**Digo o que já, de triste,
Te disse tanta vez...
Creio que nunca o ouviste
De tão tua que és.”**

3. Montar iluminação adequada para filmar o seguinte testemunho secreto:

“O ambiente em Portugal nessa altura era caótico. Foi aí que falei com o Presidente Sampaio e disse-lhe: Vais ter mesmo de despedir o Santana!”

(podem rever os recursos enquanto fazem a montagem da iluminação)

Para vos ajudar na escolha das fontes de pesquisa apresentamos algumas descrições breves:

pasta vídeos:

VT4U_2_iluminação – tutorial vídeo em português sobre iluminação.

00:00 – Introdução | 1:49 Equipamento de iluminação | 4:31 Montagem de Iluminação | 6:19 Extra, exemplos de iluminação.

Bre Pettis, Getting Started in Video - Lighting – tutorial vídeo em inglês sobre iluminação.

00:00 Introdução | 00:46 Equipamento de iluminação | 1:09 Montagem de iluminação | 1:26 Exemplos de iluminação | 1:56 Equipamento avançado

pasta esquemáticos imagens:

Linguagem audiovisual por Delfim Ramos – PDF/apresentação em português com tópicos sobre iluminação. (apenas as paginas 30 a 41 se referem a iluminação)

<http://makeinternettv.org/shoot/lighting.php> - site em inglês com tópicos sobre iluminação.

pasta texto:

<http://www.videomaker.com/article/14218/> - site/artigo em inglês com descrições de como montar iluminação.

http://filmstudies.suite101.com/article.cfm/threepoint_lighting - site/artigo em inglês com descrições de como montar iluminação.

Guião de Actividades (filmagens)

Olá! Desde já agradecemos a vossa participação. Na pasta “recursos_filmagens” localizada no vosso Desktop vão encontrar os recursos necessários à realização das tarefas aqui descritas. Estes recursos estão divididos em três pastas relativamente ao seu tipo: recursos em vídeo, recursos com imagens/esquemas e recursos só em texto. Terão 25 minutos para se concentrarem nessa pesquisa ao fim dos quais devem realizar as seguintes tarefas:

1. Filmar paralelamente, seguindo o percurso de uma pessoa.

2. Filmar, em *travelling*, um cenário de elementos estáticos.

3. Filmar um plano adequado para filmar o seguinte discurso vitorioso/superior:

“Mais uma vez o povo deu-me a maioria absoluta! Estão todos sobre as minhas ordens! O país é o meu recreio! Hahahaha!”

(podem rever os recursos enquanto fazem as tarefas)

Para vos ajudar na escolha das fontes de pesquisa apresentamos algumas descrições breves:

pasta vídeos:

VT4U_3_filmagens – tutorial vídeo em português sobre o processo de filmar e dicas de filmagens.

00:00 – Introdução | 1:17 Enquadramento dos Planos | 2:18 Mudança de Planos | 4:10 Movimentos de Câmara | 5:47 Perspectivas de Planos | 6:32 Dicas

Bre Pettis, Getting Started in Video – Pushing the red button – tutorial vídeo em inglês com dicas sobre filmar

pasta esquemáticos imagens:

Linguagem audiovisual por Delfim Ramos – PDF/apresentação em português com tópicos sobre o processo de filmar. (apenas as páginas 10 a 27, 51 a 54 e 67 a 69 contêm informações dentro deste tópico)

<http://makeinternettv.org/shoot/camera.php> e

<http://makeinternettv.org/shoot/compmotion.php> - site em inglês com tópicos sobre o processo filmar.

pasta texto:

<http://www.andydickinson.net/2007/07/06/online-video-shooting-tips/> - site em inglês com dicas sobre filmagem.

http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/shooting_tips/ - site em inglês com tópicos sobre filmagem. (índice do lado esquerdo)

Anexo 3



Tendo em conta a experiência que passaram enquanto equipa ao realizar tarefas associadas à iluminação no contexto vídeo, respondam em conjunto às seguintes questões:

Equipa:

1. Para cada uma das fontes que vos foram disponibilizadas indiquem a opção mais próxima da vossa experiência:

Tutorial VT4U

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial Bre Pettis

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial ling. audiovisual

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial makeinternetTV

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial videomaker

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial filmstudies

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

2. Enumerem, por ordem de importância, quais os tutoriais que consideram mais relevantes para a conclusão de cada tarefa. (começam pelo mais importante (número 1) seguindo até ao menos importante (número 6) e riscando o espaço para os tutoriais que não viram)

Tarefas Tutoriais	montar iluminação para filmar o relato de uma notícia	montar iluminação para filmar uma cena dramática	montar iluminação para filmar testemunho secreto
Tutorial VT4U			
Tutorial Bre Pettis			
Tutorial makeinternetTV			
Tutorial ling. audiovisual			
Tutorial videomaker			
Tutorial filmstudies			

3. Escolham e indiquem no espaço “A” o tutorial que consideraram mais relevante no conjunto geral da vossa experiência. Seguidamente, ordenem por ordem de importância as razões dessa escolha..(ordenem de 1 a 4, sendo 1 o mais importante e o 4 o menos importante. se acharem que um ponto não é válido para a vossa escolha riscuem esse espaço)

<div>Escolhas</div> <div>Tutorial</div>	Porque preferimos a média em que o tutorial se apresentava (vídeo, esquemático, escrito)	Porque preferimos o idioma em que o tutorial se apresentava	Porque preferimos o modo narrativo como apresentava os conteúdos informativos	Porque continha informações mais relevantes para as tarefas.
A				

Por fim, se visualizaram o tutorial em vídeo VT4U, respondam às seguintes duas questões

4. Como classificariam o tutorial VT4U que viram enquanto um método de transmissão informal de conhecimentos sobre iluminação para vídeo.

nada interessante ☐ pouco int. ☐ interessante ☐ bastante int. ☐ muito interessante ☐

5. Que sugestões dão no sentido de melhorar o tutorial VT4U de iluminação?

Obrigado pela tua participação!

Tendo em conta a experiência que passaram enquanto equipa ao realizar tarefas associadas ao processo de filmar, respondam em conjunto às seguintes questões:

Equipa:

1. Para cada uma das fontes que vos foram disponibilizadas indiquem a opção mais próxima da vossa experiência:

Tutorial VT4U

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial Bre Pettis

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial ling. audiovisual

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial makeinternetTV

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial andydickinson

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

Tutorial berkeley.edu

vimos tudo ☐ vimos grande parte ☐ vimos metade ☐ vimos o início ☐ não vimos ☐

2. Enumerem, por ordem de importância, quais os tutoriais que consideram mais relevantes para a conclusão de cada tarefa. (começam pelo mais importante (número 1) seguindo até ao menos importante (número 6) e riscando o espaço para os tutoriais que não viram)

Tarefas Tutoriais	filmar, seguindo, o percurso de uma pessoa	filmar em travelling um cenário de elementos estáticos	filmar plano de uma pessoa a discursar vitoriosamente.
Tutorial VT4U			
Tutorial Bre Pettis			
Tutorial makeinternetTV			
Tutorial ling. audiovisual			
Tutorial andydickinson			
Tutorial berkeley.edu			

3. Escolham e indiquem no espaço “A” o tutorial que consideraram mais relevante no conjunto geral da vossa experiência. Seguidamente, ordenem por ordem de importância as razões dessa escolha..(ordenem de 1 a 4, sendo 1 o mais importante e o 4 o menos importante. se acharem que um ponto não é válido para a vossa escolha riscuem esse espaço)

Escolhas Tutorial	Porque preferimos o média em que o tutorial se apresentava (vídeo, esquemático, escrito)	Porque preferimos o idioma em que o tutorial se apresentava	Porque preferimos o modo narrativo como apresentava os conteúdos informativos	Porque continha informações mais relevantes para as tarefas.
A				

Por fim, se visualizaram o tutorial em vídeo VT4U, respondam às seguintes duas questões

4. Como classificariam o tutorial VT4U que viram enquanto um método de transmissão de conhecimentos sobre o processo de filmar vídeo.

nada interessante ☐ pouco int. ☐ interessante ☐ bastante int. ☐ muito interessante ☐

5. Que sugestões dão no sentido de melhorar o tutorial VT4U sobre filmagem?

Obrigado pela tua participação!

Anexo 4

teste		grupo
consulta de tutoriais	visualização	observações
1		
2		
3		
4		
5		
6		
tarefa 1		observações
tarefa 2		observações
tarefa 3		observações

SInBAD

Estes anexos só estão disponíveis para consulta através do CD-ROM.
Queira por favor dirigir-se ao balcão de atendimento da Biblioteca.

Serviços de Documentação
Universidade de Aveiro